

ВЕСТИНИК ПУБЛУС ЭКОНОМИКА ВУПЛУСК № 3 (35) 2014

ВЕСТИНИК

ПОВОЛЖСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА СЕРВИСА

ЭКОНОМИКА

№ 3 (35) 2014

ТОЛЬЯТТИ

ВЕСТНИК

ПОВОЛЖСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА СЕРВИСА.
СЕРИЯ ЭКОНОМИКА

№ 3 (35) – 2014 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 Е. Е. Спиридонова

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

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

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

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

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

Подписано в печать 30.06.2014.
Формат 60x80¹/₈. Печать трафаретная.
Усл. печ. л. 19,5. Тираж 1000 экз. Заказ 8-14/02.

© Поволжский государственный университет сервиса, 2014

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

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

СОДЕРЖАНИЕ

Экономическая политика: стратегия и тактика

- Корнеева Елена Николаевна** **8**
**ФОРМИРОВАНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА
 ЧЕРЕЗ РЕФОРМИРОВАНИЕ СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ**
Рассмотрены проблемы формирования и развития человеческого капитала в России, представлены возможные пути их решения. Сделан вывод о необходимости дальнейшего реформирования сферы образования, которое способно оказать решающее воздействие на формирование человеческого капитала.

Государственное управление

- Кудинова Галина Эдуардовна** **13**
**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ
 НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ**
Для решения экологических проблем, сохранения и развития цивилизации мировое сообщество разработало стратегии «устойчивого развития» и «зеленой экономики», позволяющие перейти на новую, экологически приемлемую модель развития человечества, которая обеспечивает социальную справедливость, повышает благосостояние людей и при этом снижает риски для природной среды и уменьшает её деградацию.

- Мещерякова Елена Владимировна** **18**
**СТРАТЕГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ
 В СООТВЕТСТВИИ С ПРИНЦИПАМИ ВТО**
Членство России в ВТО оказывает разноплановые изменения в экспортоориентированных и импортозамещающих отраслях отечественной экономики, в связи с чем в статье представлены экономическое развитие и основные тенденции внешнеторговой политики России. Повышение экономической открытости России влияет на стратегические результаты вхождения в международную организацию, неравномерно распределенные среди отраслей. Раскрываются оптимистические и пессимистические прогнозы экспертов от результатов вступления в торговую организацию.

Управление социальным развитием

- Куфтырева Наталья Александровна** **24**
**ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ БЕЗРАБОТИЦЫ В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ
 И ВЫЯВЛЕНИЕ ФАКТОРОВ ЕЕ ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ**
Поскольку безработица представляет собой макроэкономическую проблему, оказывающую наиболее прямое и сильное воздействие на каждого человека, автором проводится исследование ее уровня, что является актуальной задачей на уровне региона и страны в целом с целью определения взаимосвязи динамики данного показателя с мероприятиями, проводимыми в РФ и Нижегородской области.

Региональное развитие

- Горина Алла Петровна** **29**
Гудкова Дарья Дмитриевна
**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
 АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ**
Рассматривается сущность «зеленой» экономики, обосновывается ее необходимость в современных условиях. Особое внимание уделяется использованию альтернативной электроэнергетики в рамках «зеленой» экономики как в западных странах, так и в России. Анализируется потенциал возобновляемых источников в России, а также в Республике Мордовия.

- Крайнева Раиса Канафиевна** **35**
**БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ
 И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**
Рассмотрено современное состояние деловых образовательных услуг, роль и значение знаний, информации в постиндустриальном обществе в условиях экономики знаний.

Региональная сфера услуг:
экономика, организация и управление

- Аппанова Юлия Эдуардовна** **40**
**КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСНЫМ
 ОБЕСПЕЧЕНИЕМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ С ПОЗИЦИИ
 ПРОЦЕССНО-ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПОДХОДА**
Экономическая сущность деятельности предприятий сферы услуг заключается в преобразовании ресурсов в результаты, определяемые потребностями целевого рынка, функциональными особенностями, тактическими задачами и стратегическими целями деятельности в конкурентной среде. В современных условиях формирования новых, эффективных экономических отношений, удовлетворяющих потребности рынка, управление ресурсным обеспечением выступает важнейшей предметной сферой управления предприятием сферы услуг и базисным условием результативности его функционирования в целом.
- Башмачникова Елена Валентиновна** **46**
Яшина Анна Олеговна
**РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ УСЛУГ
 В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**
Усиление кризисных рисков как предпосылка развития кризисных явлений составляет серьезную угрозу для предприятий в сфере услуг. Одним из действенных инструментов преодоления негативного влияния кризисных рисков служит использование технологий антикризисной направленности. В статье рассматриваются предпосылки и условия развития сферы услуг, а также факторы антикризисного управления в сфере услуг.
- Корчагин Павел Валентинович** **54**
**СПЕЦИФИКА ПРОДВИЖЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ УСЛУГ
 В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ**
Формирование и развитие структуры системы продвижения и реализации в сфере профессионального обслуживания зависит от соотношения спроса и предложения не только на отраслевом, но и на профильном рынке. Следует отметить, что производители деловых услуг, несмотря на большую зависимость от объективных и субъективных факторов, одновременно имеют и больше возможностей контролировать спрос и предложение на свою продукцию, чем производители материальных товаров. Характеристики и особенности услуг как специфического товара обязывают провайдеров серьезнее относиться к разработке стратегий, обеспечивающих согласование спроса и предложения.
- Медведева Наталья Александровна** **60**
СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РЕГИОНА
Проведена оценка реализации государственной программы «Развитие агропромышленного комплекса и потребительского рынка Вологодской области на 2013–2020 гг.». С использованием трендовых моделей, методов, базирующихся на сезонной декомпозиции временных рядов и методов индикативного планирования, разработаны сценарные прогнозы развития в условиях функционирования ВТО.
- Нечитайло Александр Анатольевич** **65**
Гнутова Анна Александровна
Ермакова Екатерина Владимировна
**ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ДОСТУПНЫЙ И ЭКОНОМИЧНЫЙ
 МЕТОД ОКАЗАНИЯ КАЧЕСТВЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ
 В ОТДАЛЕННЫХ РЕГИОНАХ**
Рассматривается вопрос обеспечения доступности высшего образования для отдаленных регионов страны путем реализации системы образовательного франчайзинга, а также вопросы совместной деятельности учебных заведений по формированию системы дистанционного обучения, оказанию и продвижению образовательных услуг. Обосновываются преимущества франчайзинга перед другими видами сотрудничества.

Романеева Елена Владимировна

74

КАЧЕСТВО СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ КАК ФАКТОР
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Качество услуг становится одним из главных факторов, определяющих коммерческий успех предприятия, его конкурентоспособность. Проблема качества сервисного обслуживания особо актуальна, так как высокое качество обслуживания автомобилей полезно обществу в целом, поскольку способствует повышению надежности автотранспорта, безопасности на дорогах, улучшению экологической обстановки в крупных городах.

Региональный маркетинг

Корчагин Павел Валентинович

78

Левашова Юлия ГеннадьевнаСИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В ПОСТРОЕНИИ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ
УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕГИОНА

Формирование системы управления экономическим развитием регионов основывается на использовании методов системного подхода к функционированию различных сфер экономики региона и пропорционально сбалансированному развитию. В научной статье оценка интегрального показателя бренда включает в себя оценку следующих критериев: показатели значимости марки для потребителя, индекс ценности бренда, индекс влияния марки товара на поведение потребителей, показатели узнаваемости марки, индекс потенциальных потребителей.

Инвестиции и инновации

Юрина Владлена Сергеевна

85

Спиридонова Елена ЕвгеньевнаАНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ УСТОЙЧИВОЙ ИННОВАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Рассмотрено современное состояние инновационных процессов в экономике нашего государства. Сделан анализ инновационной деятельности, показаны степень её влияния на устойчивый экономический рост, её противоречия, оказывающие воздействие не только на экономические результаты производителей инновационного продукта, но и на темпы инновационных преобразований.

Предприятия

Ветошко Галина Владимировна

93

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОГО
СТАТУСА ПРЕДПРИЯТИЯ

Главной проблемой в определении конкурентного статуса фирмы становится проблема оценки степени достаточности развития стратегического потенциала фирмы и условий внешней среды для создания и поддержания на высоком уровне конкурентного преимущества фирмы.

Курочкина Оксана Николаевна

101

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО
ПРЕДПРИЯТИЯ

Ключевым фактором успеха любого предприятия является его квалифицированная рабочая сила, которую следует рассматривать как один из важнейших стратегических ресурсов развития. Конкурентоспособность индивида показывает, в какой мере его возрастные, профессиональные, квалификационные, физиологические, социально-бытовые характеристики соответствуют условиям найма рабочей силы на рынке труда, отражающим конъюнктуру спроса и предложения на рабочую силу определенного качества.

Медведева Екатерина Викторовна

105

ПРОЦЕДУРА ТРАНСФОРМАЦИИ ОТЧЕТНОСТИ С ПОМОЩЬЮ
КОРРЕКТИРУЮЩИХ ПРОВОДОК

Рассматривается трансформация как один из способов подготовки отчетности по МСФО. Определены возможные корректировки, возникающие при составлении отчетности по МСФО.

- Насакина Лилия Аркадьевна** **108**
 АНАЛИЗ НАПРАВЛЕНИЙ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ
 СФЕРЫ УСЛУГ НА ОСНОВЕ КЛИЕНТСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ
 СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
При формировании стратегии организации основной акцент делается на установлении критериев, важных с точки зрения клиентов, но в разрезе тех целевых групп, сегментов рынка и стратегических целей предприятия, которые позволят удовлетворить интересы инвесторов (собственников). Трехмерная оценка деятельности (товаров) предприятия сферы услуг на основе показателей клиентской и финансовой составляющих сбалансированной системы позволяет определить направления стратегического развития.
- Парамонова Лариса Анатольевна** **114**
 ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ И АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ
 УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ
Современные требования к организации учетного процесса экономическими субъектами определяют необходимость не только формирования и последовательного применения учетной политики, но и ее постоянного контроля и анализа эффективности использования ее основных элементов. Внутренний контроль и анализ эффективности применения учетной политики нацелены на установление ее соответствия действующим правовым актам в сфере бухгалтерского и налогового учета, характеру, масштабу и стратегии предпринимательской деятельности, ее актуализации в существующих условиях хозяйствования.
- Савенков Леонид Дмитриевич** **120**
 СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ
 БЮДЖЕТИРОВАНИЯ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ
Раскрывается роль внедрения системы внутреннего контроля в организацию процессов бюджетирования на промышленных предприятиях.
- Свешникова Ольга Николаевна** **124**
Ельмеева Ирина Геннадьевна
 ПРОБЛЕМЫ СТАНДАРТИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА
 И ОТЧЕТНОСТИ РОССИЙСКОГО МАЛОГО БИЗНЕСА
Дается краткая характеристика состояния предприятий малого бизнеса РФ с позиции возможности стандартизации их бухгалтерской отчетности. Обозначены основные проблемы, с которыми сталкивается МСП при составлении отчетности в соответствии с МСФО. Выявлены основные упрощения стандарта для малого и среднего бизнеса к требованиям раскрытия информации, признания и оценки по сравнению с требованиями основных МСФО.
- Соколова Ирина Александровна** **131**
 СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ
 В УСЛОВИЯХ РИСКА И НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ
Представлена сущность системы внутреннего контроля организации в условиях риска и неопределенности.

Информационные технологии

- Бутахина Людмила Александровна** **136**
 ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ
 ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ
 НАПРАВЛЕНИЙ (на примере английского языка)
Рассматриваются возможности использования электронно-образовательных ресурсов, в частности интернет-ресурсов, при обучении иностранному языку, основные виды учебной работы с образовательным ресурсом Moodle, способы включения Интернета в программу обучения. В качестве примера приводится проект урока обучения иностранному языку с помощью ИОР.

Технологии управления

Марченко Татьяна Ивановна**142****МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТОВ ОТ УПРАВЛЕНИЯ ПАРТНЕРСКИМИ
РЕСУРСАМИ В СУБСТАНЦИИ «КЛИЕНТСКИЕ ПОТОКИ»**

Предложена методика оценки кумулятивных эффектов от управления клиентским потоком, позволяющая определять и обосновывать дальнейшие направления развития административной активности.

Точка зрения

Киричек Галина Анатольевна**147****МАТЕМАТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ФОРМЫ
УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ**

Рассмотрены признаки индивидуальной формы учебной деятельности учащихся на занятиях по математике, сущность индивидуальной формы учебной деятельности учащихся. Указаны особенности организации индивидуальной формы учебной деятельности на различных этапах урока математики (этап изучения нового, этап первичного применения знаний, этап формирования умений и навыков, этап проверки знаний и умений).

Содержание выпуска на английском языке

МАКРОУРОВЕНЬ

Экономическая политика: стратегия и тактика

УДК 378

Е. Н. Корнеева*

**Корнеева Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_manager@tolgas.ru*

ФОРМИРОВАНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ЧЕРЕЗ РЕФОРМИРОВАНИЕ СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ

Ключевые слова: человеческий капитал, реформирование сферы образования.

Рассмотрены проблемы формирования и развития человеческого капитала в России, представлены возможные пути их решения. Сделан вывод о необходимости дальнейшего реформирования сферы образования, которое способно оказать решающее воздействие на формирование человеческого капитала.

Актуальность проблемы развития человеческого капитала в Российской Федерации объясняется тем обстоятельством, что в условиях современной инновационной экономики национальное производство и сфера услуг не могут обходиться без высокообразованных и высококвалифицированных работников, от которых в подавляющей степени зависит эффективность наукоемкого производства. Без них невозможно дальнейшее появление и освоение новых высоких технологий в масштабе отдельных компаний и страны в целом.

Современный человеческий капитал – это интенсивный производительный и социальный фактор развития и жизнедеятельности субъекта, который неразрывно связан с человеком, с его интеллектом и менталитетом. Человеческий капитал включает в себя имеющийся у индивида, корпорации или страны запас здоровья, знаний и креатива. Он формируется за счет инвестиций в воспитание, образование, здоровье, знания, предпринимательскую способность, информационное обеспечение, безопасность и экономическую свободу населения, а также в науку, культуру и искусство [1]. Экономическая сущность человеческого капитала состоит в том, что он является основой и важнейшей составной частью национального богатства, а также главным фактором социально-экономического роста и развития.

В конце XX столетия в развитых странах мира развернулась вторая волна НТР, ознаменовавшая переход от индустриального и постиндустриального к информационному способу развития. На основе научных достижений и технологических преобразований происходит переход от индустриального и постиндустриального к информационно-технологическому обществу и далее к экономике знаний. Развитие ведущих стран мира привело к формированию новой экономики знаний, инноваций, глобальных информационных систем, новейших технологий и венчурного бизнеса.

Человеческий капитал составляет основу новой экономики. Научные знания становятся главным источником и ключевым фактором развития сферы производства и услуг и обеспечения экономического роста и развития. Экономика превращается в систему, которая функционирует на основе обмена знаниями и их взаимной оценки. Происходит переход от технических навыков к интеллектуальным, замещение труда знаниями. В этой ситуации творческий потенциал человека, его профессионализм, эрудиция, креативный потенциал становятся центральным звеном инновационного экономического роста и развития.

Формирование человеческого капитала – это непрерывный постоянный процесс, с помощью которого личность дос-

тигает своего высшего потенциала. Формирование человеческого капитала происходит в процессе его кругооборота, состоящего из восьми стадий [2]. На первой стадии формирования человеческого капитала происходит инвестирование в человека в виде конкретных вложений в образование. На второй стадии происходит накопление производственного потенциала, рост производительности производства и зарплаток работника. На третьей стадии накопленный потенциал используется. Далее по мере роста затрат на улучшение человеческих способностей происходит рост производительности труда и доходов, уровня потребления, повышение качества жизни человека и его способности к труду превращаются в человеческий капитал. На седьмой стадии отмечается повышение мотиваций и заинтересованности в новых инвестициях в человеческий капитал. На восьмой стадии осуществляется новое инвестирование в человеческий капитал как результат обдуманного и рационального решения.

Формирование человеческого капитала представляет собой длительный процесс с временным лагом пятнадцать – два-

дцать пять лет. На этот процесс действует множество факторов: социально-демографические, институциональные, интеграционные. Необходимым условием формирования человеческого капитала являются инвестиции в здравоохранение, образование, в научные разработки и развитие интеллекта, в воспитание, в миграционные процессы и мотивацию. Основными двигателями формирования и развития человеческого капитала являются наличие механизмов конкуренции, возможность инвестиций и инновации.

Экономика России к настоящему времени исчерпала возможности роста основных факторов экономического развития, таких как внешний спрос, внутренний спрос и инвестиционный спрос. Для создания новой точки роста необходимо перейти к экономической модели развития страны, нацеленной на развитие человеческого капитала.

В табл. 1 представлена оценка стоимости человеческого капитала некоторых стран мира, в том числе России, в конце XX, рассчитанная по методике Всемирного банка.

Таблица 1

Оценки человеческого капитала в ряде стран мира в конце XX века [3]

Страны	Общий объем национального богатства, трлн долл.	Человеческий капитал, %, к:		
		национальному богатству стран	мировому итогу	уровню США
Мировой итог	365,0	66,00	100,00	384,00
Страны «семерки» и ЕС	215,0	78,00	59,00	226,00
из них:				
США	95,0	77,00	26,00	100,00
страны ОПЕК	45,0	47,00	12,00	47,00
страны СНГ	40,0	50,00	11,00	42,00
в том числе Россия	30,0	50,00	8,00	32,00
Прочие страны	65,0	65,00	18,00	68,00
в том числе Китай	25,0	77,00	7,00	26,00
Бразилия	9,0	74,00	2,00	9,00
Индонезия	9,0	75,00	2,00	9,00
Индия	7,0	58,00	2,00	7,00
Пакистан	4,0	80,00	1,00	4,00

Человеческий капитал в США, Китае, Бразилии, Индонезии, Пакистане составляет 74% и более от национального богатства. В России человеческий капитал в конце двадцатого века составлял 50% от общего объема национального богатства,

что не удовлетворяет современным требованиям.

Интегральным показателем, рассчитываемым ежегодно для сравнения и измерения уровня жизни, грамотности, образованности и долголетия различных стран, является индекс развития человеческого

потенциала. Индекс с 1990 г. публикуется в рамках Программы развития ООН в отчётах о развитии человеческого потенциала. При подсчёте ИРЧП учитываются три основных вида показателей: ожидаемая продолжительность жизни; уровень грамотности населения страны и ожидаемая продолжительность обучения; уровень жизни, оценённый через ВНД на душу населения, а также другие показатели. Мировым лидером по развитию человеческого потенциала в 2001–2013 гг. является Норвегия. До 2001 г. лидером по развитию человеческого потенциала являлась Канада. Россия заняла в 2013 г. по уровню развития человеческого потенциала 55-е место среди 187 стран, поднявшись на одиннадцать позиций и оставшись в группе стран с высоким уровнем ИРЧП. Индекс России поднялся за 2012 год с 0,784 до 0,788 [5].

Стоимость накопленного национального человеческого капитала на душу населения России к 2011 году составила 14,5 тыс. долл. и в 87 раз меньше американского, в 39 раз меньше немецкого, в 42 раза –

японского, в 1,3 раза меньше китайского. По некоторым оценкам, единица инвестиций в человеческий капитал в США даёт отдачу вчетверо большую, чем в России [6].

Все составляющие человеческого капитала в России продолжают иметь недостаточный уровень и оставаться проблемными: низкий стартовый уровень человеческого капитала; значительное количество отрицательного человеческого капитала; неудовлетворительное состояние сфер здравоохранения и образования; низкие качество и производительность труда; диспропорции в оплате труда в различных отраслях; низкая заработная плата в сфере здравоохранения и образования. России необходима смена парадигмы своего развития, переход на новые принципы стратегического планирования, в основе которого лежат высокое качество жизни населения и высокое качество национального человеческого капитала.

Проблемы развития человеческого капитала в РФ представлены в табл. 2.

Таблица 2

Проблемы развития человеческого капитала в РФ и возможные пути их решения

Проблема	Возможные пути решения	Ожидаемый результат
1. Исторически сложившееся в России отставание от экономически развитых стран по развитию ЧК и ЧП	Разработка и принятие Закона «О развитии человеческого капитала и человеческого потенциала», введение его в жизнь. Увеличение инвестиций в развитие ЧК	Постепенные рост и развитие человеческого капитала и человеческого потенциала
2. Низкое качество труда и низкая производительность труда	Повышение требований к качеству, внедрение менеджмента качества. Обучение персонала, подготовка и переподготовка трудовых ресурсов	Повышение качества и производительности труда
3. Коррупция в среде чиновников и властных структур, криминализация общества	Устранение условий для коррупции путем совершенствования судебно-правовой системы	Последовательное снижение уровня коррупции и криминализации
4. Неудовлетворительное состояние здоровья населения страны	Увеличение инвестиций в здравоохранение, доступность качественного медицинского обслуживания; внедрение здорового образа жизни	Постепенное улучшение состояния здоровья людей
5. Неудовлетворительное качество образования. Спад в развитии науки	Продолжение реформирования образования. Увеличение инвестиций в НИОКР	Повышение качества образования, достижение мировых стандартов
6. Значительный разрыв в оплате труда между группами работников (в 2013 г. – 10-15 раз). Недостаточная оплата труда в сфере образования	Повышение оплаты труда низкооплачиваемых работников, устранение диспропорций в оплате труда. Дальнейшее повышение оплаты труда в сфере образования	Постепенные рост и развитие ЧК и ЧП. Приток в образование высококвалифицированных кадров, рост ЧК
7. Наличие значительного процента отрицательного ЧК, наркоманизация и алкоголизация	Борьба с коррупцией и криминалом. Пропаганда и внедрение здорового образа жизни	Постепенные рост и развитие ЧК и ЧП

Значительный рост человеческого капитала и человеческого потенциала, их решающая роль в социально-экономическом развитии общества обеспечиваются благодаря образованию. Образование позволяет не только овладеть уже накопленными знаниями, но и способствует выработке и приобретению новых знаний в процессе практической деятельности человека, создает благоприятные условия для их производства в будущем.

Образованию отводится особая роль в решении проблемы устойчивого развития цивилизации в условиях существенных изменений среды обитания. Значимость образования для развития цивилизации объективно обусловлена растущей ролью организационных и информационных технологий при снижении роли материального производства. Являясь одной из важнейших подсистем социальной сферы государства, обеспечивающей процесс получения человеком систематизированных знаний, умений и навыков с целью их эффективного использования в профессиональной деятельности, образование обеспечивает развитие факторов и результатов экономической деятельности.

Система образования создает условия для непрерывного образования посредством реализации основных образовательных программ и различных дополнительных образовательных программ, предоставления возможности одновременного освоения нескольких образовательных программ, а также учета имеющихся образования, квалификации, опыта практической деятельности при получении образования [4].

В настоящее время в РФ продолжается начатое в 2000 году реформирование сфе-

ры образования, направленное на повышение качества образования, развитие человеческого капитала, экономическое и социальное развитие страны и интеграцию её в мировое экономическое сообщество. Реформы идут с переменным успехом. Много сделано: введен во всех регионах единый государственный экзамен. ЕГЭ проходил «обкатку» по регионам РФ с 2001 г. и введен по всей стране с 2009 г. Осуществлен переход на двухуровневую Болонскую систему в высшем образовании «бакалавриат – магистратура» с 2010 г. С 1 сентября 2013 г. вступил в силу новый Закон «Об образовании в РФ». В качестве главного результата в Стратегии модернизации образования рассматривается готовность и способность молодых людей нести личную ответственность как за собственное благополучие, так и благополучие общества. В этой связи основным результатом деятельности образовательного учреждения должна стать не система знаний, умений и навыков сама по себе, а набор ключевых компетентностей в интеллектуальной, гражданско-правовой, коммуникационной, информационной и прочих сферах [7].

Реформирование сферы образования оказывает большое влияние на формирование индивидуального человеческого капитала, корпоративного человеческого капитала организации, человеческого капитала и человеческого потенциала страны. По оценкам исследователей, пока еще нет заметного повышения уровня человеческого капитала, но реформы рассчитаны до 2020 года, реформирование не закончено и ещё не дало прогнозируемых результатов.

Список литературы

1. Корчагин Ю. А. Человеческий капитал и инновационная экономика России : монография [Электронный ресурс]. – Воронеж : ЦИРЭ, 2012. – Режим доступа: <http://java.0n.ru/lerc/>
2. Даниленко Н. Н. Формирование человеческого капитала / Н. Н. Даниленко, И. С. Долгополова. – Иркутск : БГУЭП, 2009. – С. 34.
3. Корчагин Ю. А. Российский человеческий капитал: фактор развития или деградации? : монография. – Воронеж : ЦИРЭ, 2005. – С. 22.
4. Федеральный закон № 273-ФЗ от 29.12.2012 г. «Об образовании в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/>
5. Индекс развития человеческого потенциала – информация об исследовании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/>

6. Капелюшников Р. И. Сколько стоит человеческий капитал России? // Вопросы экономики. – 2013. – № 1. – С. 32.

7. Стратегия 2020 и новая модель российского образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rpp.nashaucheba.ru/>

E. N. Korneeva*

**Korneeva Elena, PhD in Economics, Associate Professor
of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_manager@tolgas.ru*

FORMATION OF HUMAN CAPITAL THROUGH EDUCATION REFORMING

Keywords: human capital, education reforming.

The article considers the problems of formation and development of human capital in Russia, together with possible solutions. Conclusion is made on the need of further reformation of education sector, which may strongly influence on the formation of human capital.

© Корнеева Е. Н., 2014

УДК 332.1: 504.03

Г. Э. Кудинова*

**Кудинова Галина Эдуардовна, зав. группой экономики природопользования*

ФГБУН Институт экологии Волжского бассейна РАН, г. Тольятти

GKudinova@yandex.ru

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

*Автор благодарен Российскому фонду фундаментальных исследований «Поволжье.
Региональный конкурс (грант № 14-06-97019)» за финансовую поддержку данной работы.*

Ключевые слова: зеленая экономика, устойчивое развитие, экологический кризис, инновационные стратегии, природная среда.

Для решения экологических проблем, сохранения и развития цивилизации мировое общество разработало стратегии «устойчивого развития» и «зеленой экономики», позволяющие перейти на новую, экологически приемлемую модель развития человечества, которая обеспечивает социальную справедливость, повышает благосостояние людей и при этом снижает риски для природной среды и уменьшает её деградацию.

В настоящее время нарастающий экологический кризис, возникающие экологические катастрофы и катаклизмы природы представляют угрозу сохранению и развитию человеческой цивилизации. В Экологической доктрине РФ указывается, что при дальнейшей деградации природных систем произойдет дестабилизация биосферы, утратится её целостность и способность поддерживать те качества окружающей среды, которые необходимы для развития цивилизации. При этом для преодоления кризиса следует создавать и сформировать новый тип взаимоотношений человека и природы, исключить возможность разрушения и деградации природной среды [15, 16].

В последние два десятилетия социальные, экономические и экологические проблемы, связанные с использованием природных ресурсов и состоянием окружающей среды, стояли в центре внимания человечества. Крупнейшие форумы ООН были посвящены экологическим проблемам, решение которых тесно связано с переходом к устойчивому развитию: Рио-де-Жанейро (1992), Йоханнесбург (2002) и Копенгаген (2009) Рио-де-Жанейро (Рио +20, 2012) [1].

Однако, несмотря на усилия правительств, общественности различных стран

и государств, деградация природной среды нарастает. В докладе ОБСЕ Environmental Outlook to 2050 изложены основные обстоятельства, критичные для роста глобальной экономики: увеличение разрушительной силы и частоты стихийных бедствий, вызванное нарастанием выбросов CO₂, с неутешительными прогнозами на последующие десятилетия; потеря биоразнообразия, ведущая к сокращению природных ресурсов, тысячелетиями представлявших «первичную материю» для развития; сокращение и ухудшение состояния водных ресурсов на фоне глобального спроса, который увеличится в последующие 20 лет более чем на 55%; загрязнение атмосферы в мегаполисах, сопровождающееся повышением смертности, оцениваемой на уровне 3,6 млн человек в год [3].

Очевидно, что преодоление экологических кризисов, достижение стабильного экономического развития и сохранение природно-ресурсного потенциала должна была обеспечить новая Всемирная стратегия развития человечества, принятая в 1978 г. на XIV Генеральной ассамблее Международного Союза охраны природы и природных ресурсов, получившая «Устойчивое развитие» (УР) [7].

Однако в работе Д. Пизи, выполненной по заказу Всемирного банка, была да-

на сводка более 60 дефиниций УР, опубликованных к концу 1980 г. различными авторами [9]. Множественность определений УР обусловлена осознанием обществом необходимости изменить парадигму развития цивилизации – необходимостью перейти на новую, экологически приемлемую модель развития и одновременно с этим – сложность в решении данного вопроса.

До сих пор нет общепринятого определения понятия УР, его можно трактовать в двух смыслах – в широком и узком. В узком смысле можно трактовать термин УР с точки зрения экологической составляющей, что связано с оптимизацией деятельности человечества по отношению к биосфере. В широком смысле УР можно рассматривать как новый тип развития цивилизации, который основан на радикальных изменениях её исторически сложившихся параметров [2].

Обострение экологических проблем привело к осознанию и в теории, и на практике необходимости формирования нового типа экономического развития в мире, выработки нового «зеленого» экономического курса. Начиная с 2008 года термин «зеленый рост» (green growth) все чаще входит в концептуальные документы и терминологию международных организаций в качестве ключевого термина для дальнейшего развития человечества и отдельных стран [1].

По определению, данному в докладах ЮНЕП, зеленая экономика определяется как экономика, которая обеспечивает социальную справедливость, повышает благосостояние людей и при этом снижает риски для природной среды и ее уменьшает её деградацию

ЗЕЛЁНАЯ ЭКОНОМИКА (ЗЭ) или **ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА (ЭЭ)** (Green economics, Ecological economics) включает феминистскую экономику, постмодернизм, экологическую экономику, экономику окружающей среды, антиглобалистику, теорию международных отношений. Всемирный экономический форум 2009 г. взял новый глобальный курс на ЗЭ как единственный путь развития, и на реализацию программы выделено \$750 млрд (1% от мирового ВВП). В основе ЗЭ – чис-

тые, или «зеленые», технологии (cleantech или greentech), такие новые технологии, или бизнес-модели, предлагающие инвесторам и покупателям конкурентоспособный доход одновременно с обеспечением решений глобальных проблем [5, 7].

К основным принципам ЗЭ можно отнести следующие:

- 1) обеспечение равенства – (принцип справедливости);
- 2) процветание и благополучие для всех (принцип уважения достоинства);
- 3) сохранение и восстановление природы (принцип предосторожности);
- 4) инклюзивность и широкое участие в процессе принятия решений (принцип участия);
- 5) подотчетность (принцип управления);
- 6) экономическая, социальная и экологическая устойчивость (принцип устойчивости);
- 7) устойчивое производство и потребление (принцип эффективности);
- 8) инвестирование в будущее (принцип связи разных поколений) [8].

Инструменты ЗЭ [6]:

– соответствующее принципам УР ценообразование, которое исключает неэффективные субсидии, оценка природных ресурсов в денежном выражении осуществляется с учетом её реальной стоимости, а также вводится налогообложение на то, что наносит ущерб экосистемам и ведет к их деформации;

– политика поощрения развития промышленности и сельского хозяйства с использованием соответствующих принципам устойчивого развития методов производства, производство экологичной продукции в государственном и частном секторе экономики;

– разработка и внедрение новых, реформирование имеющихся механизмов «экологического» налогообложения;

– рост госинвестиций в инфраструктуру, которая соответствовала бы УР, и в природный капитал, необходимый для поддержания, восстановления и увеличения объема природного капитала;

– государственная поддержка производства заключается в целевой поддержке научно-исследовательских разработок по

созданию и внедрению экологически чистых технологий;

– социальные стратегии, призванные обеспечить согласование между целями в социальной области и существующими или предлагаемыми экономическими стратегиями.

Государства делают разные акценты в официальных документах, касающихся развития ЗЭ: у развитых стран на первом месте конкуренция, рабочие места; у развивающихся – устойчивое развитие, решение проблем бедности, вопросы справедливости и участия граждан; у группы БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай, ЮАР) – эффективность использования ресурсов [10].

Б. Порфирьев в работе «Зеленая» экономика: реалии, перспективы и пределы роста («Рабочие материалы Карнеги») отмечает, что «зеленый» сектор мировой экономики пока сравнительно невелик, поэтому зачастую понятие «"зеленая" экономика» иногда заменяется на термин «зеленые ростки» (green shoots) экономики. На это указывают и следующие цифры: производимая продукция и услуги в «зеленой экономике» в 2010 г. оцениваются в 2 трлн долл., или 2,7% мирового ВВП, прибыль составила 530 млрд долл., в этой отрасли экономики трудятся около 10 млн человек. Вклад «зеленого» сектора в развитие хозяйственного комплекса некоторых государств представлен в табл. 1 [10].

Таблица 1

Вклад «зеленого» сектора в развитие некоторых государств

Страна	ВВП	Занятых работников в отраслях «зеленой» экономики
США	4,2 % (более 600 млрд долл.)	3 млн человек
Япония	3,4%	около 1,5 млн человек
Страны ЕС в целом	2,5%	свыше 3,4 млн человек
Германия	4,8%	-
Великобритания (мировой лидер по доле «зеленого» сектора в ВВП)	8,8% ВВП	-

Доклад «Стратегия-2020: Новая модель роста новая социальная политика» акцентирует важность для России «зеленого» роста экономики [11].

Новая модель экономического роста и новая социальная политика – два основных тундра дальнейшего развития, отмеченных в «Стратегии 2020.....». Прежняя экономическая модель народного хозяйства, опиравшаяся на быстрый рост внутреннего спроса и цен на товары российского экспорта, исчерпала себя. Поэтому для России необходима новая модель роста и развития экономики. Новая модель роста однозначно предполагает и новую социальную политику: Ведущие экономисты отмечают, что для обеспечения устойчивого роста темпы роста российской экономики должны составлять как минимум 5 в год. При этом это должен быть рост, не основанный на экспорте сырья и государственном перераспределении ресурсов из сырьевого сектора в сектора экономики с низкой эффективностью и высокой занятостью [12].

Очевидно, что содержанием федеральной политики в области экологического развития страны должна быть стратегия «зеленого» роста, которая предусматривает интеграцию социально-экономического и экологического развития в виде ЗЭ. Поэтому целями государственной политики являются экологически ориентированный рост экономики, сохранение благоприятной окружающей среды, биологического разнообразия и природных ресурсов для удовлетворения потребностей нынешнего и будущих поколений (что фактически составляет все известные определения УР), а также реализация права граждан на благоприятную окружающую среду и обеспечение экологической безопасности.

Как уже отмечалось выше, к ЗЭ следует отнести хозяйственную деятельность, которая наряду с модернизацией и повышением эффективности производства способствует улучшению качества жизни и среды проживания. Необходимы инвестиции в энергоэффективные технологии и природную инфраструктуру.

В России можно выделить следующие сегменты инвестирования ресурсов в экологию: сельское хозяйство, лесное хозяйство, водное хозяйство, рыболовство, ЖКХ, энергетика, промышленность, туризм, транспорт, утилизация и переработка отходов. Однако предпосылки развития «зеленого» сектора в экономике России имеются только в ряде отдельных отраслей при наличии огромного потенциала во всех отраслях национальной экономики.

В качестве перспективного развития России рассматривается вариант трансформации мирового хозяйства к 2050 г. в низкоуглеродную, ресурсоэффективную экономику, а в качестве основного механизма реализации этой перспективы – ежегодное инвестирование в течение 2012–2050 гг. примерно 1,3 трлн долл. (около 2% мирового ВВП в 2010 г.) в десять ключевых секторов, указанных выше.

Учитывая рекомендации экспертов Центра экологических инициатив основные практические шаги по переходу российской экономики на ЗЭ и обеспечение УР состоят в следующем [4, 13]:

1. Создать концепцию перехода России к ЗЭ на период до 2050 г. при активном участии правительства, частного сектора, научных учреждений, общественных организаций и международных институтов. В рамках концепции целесообразно разработать программы по каждому из приоритетных направлений «озеленения».

2. Определить Министерство экономики в качестве национального органа, уполномоченного за обеспечение перехода к ЗЭ.

3. Создать нормативно-правовые основы перехода России к ЗЭ.

4. Совместно с экологическим движением организовать постоянно действующую платформу по внедрению ЗЭ.

5. Включить в число приоритетных направлений государственных инвестиций и расходов направления «озеленения», предложенные в докладе.

6. Способствовать ограничению государственных расходов в областях, приводящих к истощению природного капитала.

7. Содействовать реализации пилотных проектов по каждому из направлений «озеленения».

8. Стимулировать инвестиционные вложения в образование, обучение и повышение квалификации в целях подготовки рабочей силы к переходу экономики на «зеленые» рельсы.

9. Обеспечить укрепление международного сотрудничества в сфере ЗЭ.

Предполагается, что осуществление данной перспективы обеспечит в течение 5-10 лет более высокие годовые темпы роста экономики, чем инвестиции в обычное развитие, при отсутствии негативных последствий для окружающей среды.

Огромные территории Российской Федерации, не затронутые экономической деятельностью, колоссальные лесные и водно-болотные угодья, запасы пресной воды, потенциал биоразнообразия – все это составляет важнейший вклад в формирование новой экономики в мире. Россию вполне можно охарактеризовать как экологического донора мира [14]. Страна должна играть все более активную роль в процессах экологизации развития глобальной экономики, стараться получать от этого экономические выгоды, «капитализировать» свое экодонорство, что позволит перейти на принципы зеленой экономики и обеспечит устойчивое развитие России на основе принципов зеленой экономики.

Список литературы

1. Бобылев С. Н. Гармонизация экономического развития и устойчивого использования природных ресурсов // Устойчивое природопользование: постановка проблемы и региональный опыт / под ред. В. М. Захарова. – М. : Институт устойчивого развития/Центр экологической политики России, 2010. – С. 7-49.

2. Бобровин Ю. А., Резников В. Ф. Научные обоснования рационального природопользования и устойчивого развития региона: анализ подходов // Ползуновский вестник. – 2005. – № 4. – С. 14-22.

3. Доклад ОБСЕ Environmental Outlook to 2050 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2076391>

4. Живая планета. Living Planet Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Биоразнообразие, биоемкость и развитие. Гл. 3 : Зеленая экономика // Доклад Всемирного фонда природы о Живой планете. 2010. 10 с. – URL: <http://www.wwf.ru/resources/publ/book/436>.
5. ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА NB! [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (<http://www.regreenlab.ru/ru/green-economic>)
6. Зелёная экономика Green economics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kabmir.com/nepolitika/prirodnaja_rol_ekonomiki.html
7. Лившиц В. Зелёная экономика Green economics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.proza.ru/2013/02/19/2075>
8. Онищенко М. В. Международный опыт развития «зеленой экономики» // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2013. – № 3 (36). – С. 409-413.
9. Переход к устойчивому развитию: глобальный, региональный и локальный уровни. – М. : Изд-во КМК, 2002. – 444 с.
10. Порфирьев Б. «Зеленая» экономика: реалии, перспективы и пределы роста // Рабочие материалы Карнеги, апрель 2013 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://carnegieendowment.org/files/WP_Porfiriev_web.pdf
11. Сайт Стратегии 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://2020strategy.ru>
12. Стратегия 2020. Материал из Википедии – свободной энциклопедии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D1%F2%F0%E0%F2%E5%E3%E8%FF_2020.
13. Сычева И. Н. «Зеленая» экономика – устойчивое развитие экономики // Вестник алтайской науки. – 2013. – № 2-2. – С. 188-189.
14. Устойчивое развитие в России / под ред. С. Бобылева и Р. Перелета. – Берлин – СПб., 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.austausch.org/fileadmin/user_upload/veroeffentlichungen/Ustoichivoe_Razvitie_klein.pdf
15. Экологическая доктрина Российской Федерации : одобрена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 31 августа 2002 г. № 1225-р.
16. Юрина В. С. Теоретические и методологические основы обеспечения устойчивого регионального развития социально-экономических систем // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. – 2010. – № 1. – С. 82-87.

G. E. Kudinova*

**Kudinova Galina, Head of the group of environmental economics,
Institute of Ecology of Volga Basin, Togliatti
GKudinova@yandex.ru*

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RUSSIA BASED ON THE PRINCIPLES OF GREEN ECONOMY

Keywords: green economy, sustainable development, environmental crisis, innovative strategies, natural environment.

To address environmental issues, protect and develop the civilization, the world community has developed the strategy of «sustainable development» and «green economy», allowing the shift to a new, environmentally acceptable model of human development. Such model provides social justice, promotes human well-being, while reducing environmental risks and natural degradation.

© Кудинова Г. Э., 2014

УДК 339.9

Е. В. Мещерякова*

**Мещерякова Елена Владимировна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
elena_okolnicheva@mail.ru*

СТРАТЕГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ В СООТВЕТСТВИИ С ПРИНЦИПАМИ ВТО

Ключевые слова: ВТО, международная организация, международная торговая организация, внешняя торговля, внешнеторговый оборот, экспорт, импорт.

Членство России в ВТО оказывает разноплановые изменения в экспортоориентированных и импортозамещающих отраслях отечественной экономики, в связи с чем в статье представлены экономическое развитие и основные тенденции внешнеторговой политики России. Повышение экономической открытости России влияет на стратегические результаты вхождения в международную организацию, неравномерно распределенные среди отраслей. Раскрываются оптимистические и пессимистические прогнозы экспертов от результатов вступления в торговую организацию.

Стабильность развития любого государства должна осуществляться при полном следовании национальным интересам. Для России как крупного торгового государства существенным аспектом при реализации национальных интересов является обеспечение значительного роста положительного сальдо во внешней торговле. По свидетельствам мирового опыта, в качестве одного из немаловажных инструментов лоббирования национальных внешнеторговых интересов на мировой арене является вступление и развитие отношений в рамках Всемирной торговой организации, на начало 2014 года в составе участников которой уже находится 159 стран мирового сообщества, причем ее численный состав лишь приумножается. Следовательно, стремление держав, желающих создать эффективную экономику с полноправным участием в мировой торговле и, как следствие, желающих стать членами ВТО, до сих пор является актуальным.

РФ вступила в ВТО 22 августа 2012 года после окончания переговорного процесса по большому диапазону отраслей. Заключительные результаты выражают достигнутый компромисс между установкой ВТО на либерализацию торговли и ограничительными мерами, понижающими неблагоприятные последствия для некоторых отраслей экономики России. Данный

компромисс отображается как в количественных мерах (тарифные пошлины и график их снижения, квоты), так и в институциональных изменениях, формах поддержки предприятий. По согласованным условиям тарифы изменяются по многим видам товаров в течение 8 лет (с 2012-го по 2020 г.).

Относительно будущего экономики России в ВТО у экспертов нет единого мнения. Анализ показывает, что многие участники данной полемики не слишком отчетливо представляют себе принципы, нормы и правила Всемирной торговой организации, нередко слишком вольно определяя границы компетенции данной межправительственной организации, заявляя о неосуществимости модернизации экономики в рамках правового поля ВТО. Сознательно или по инерции слишком преувеличиваются риски, возникающие при снижении импортных пошлин в РФ, тиражируются «предсказания о неминуемом массовом крахе предприятий» и пр. [1].

В сообществе позитивного прогноза аналитики приходят к заключению о том, что в долгосрочной плане членство России в ВТО скажется положительно на экономическом росте России, способствуя росту и обновлению торговли и инвестиций, побуждая развитие конкуренции на внутреннем рынке, формируя однозначные меж-

дународно-правовые рамки при осуществлении внутренней политики в сфере регулирования внешней торговли [2]. По данным Минэкономразвития, являясь участником ВТО, Россия получит ряд преимуществ.

Во-первых, в России, скорее всего, будет происходить сокращение ощутимых убытков от различных барьеров и дискриминаций со стороны иных стран, при использовании механизма торговой организации для урегулирования торговых ограничений при поставке отечественных товаров. До вхождения России в ВТО потери от использования ограничений против отечественных поставщиков насчитывались в пределах 2,5-3 млрд долларов в год. После вступления и урегулирования конфликтов существует возможность их снижения до 1 млрд. Стоит отметить, что на 2014 г. практически все ограничения сняты. Однако между США и Россией еще не действуют нормы и принципы ВТО – до отмены поправки Джексона – Вэника, еще не упраздненной конгрессом США.

Во-вторых, повышается вероятность осуществления российских стратегических торгово-экономических интересов при результативном участии в разработке новейших торговых правил международной торговли.

В-третьих, наращивание возможностей мобилизации иностранного капитала как за счет общего усовершенствования инвестиционного климата и роста инвестиционных рейтингов РФ и ее регионов, так и в

связи с либерализацией рынка услуг в части коммерческого пребывания зарубежных поставщиков. В 2013 году в Россию поступило около 80 млрд долларов прямых инвестиций с учетом сделки «Роснефть» – ТНК-ВР, и по оценкам зарубежных аналитиков, страна находится на третьем месте в мире по объему привлечения прямых иностранных инвестиций.

В-четвертых, сокращение стоимости товаров и рост качества жизни граждан РФ в долгосрочной перспективе (2020–2030 гг.) за счет выхода на отечественный рынок производителей после увеличения ассортимента и прихода на рынок новых конкурентов.

В-пятых, рост поступлений в бюджет государства за счет несомненного возрастания товарооборота между Россией и прочими государствами, являющимися членами ВТО.

Однако, несмотря на то что прогнозы экспертов были различны (от оптимистичных, когда цены на товары сократятся, а уровень доходов станет прогрессировать, тем самым способствуя росту объемов экспорта и ВВП, до явно панических, предвещающих «крах всей российской экономики» или отдельных отраслей хозяйства), 2013 год стал начальной точкой отсчета полноправного участия России в ВТО. Статистические данные по итогам внешней торговли России продемонстрированы на рис. 1, показывающем, что ни краха, ни бурного подъема экономики не произошло.

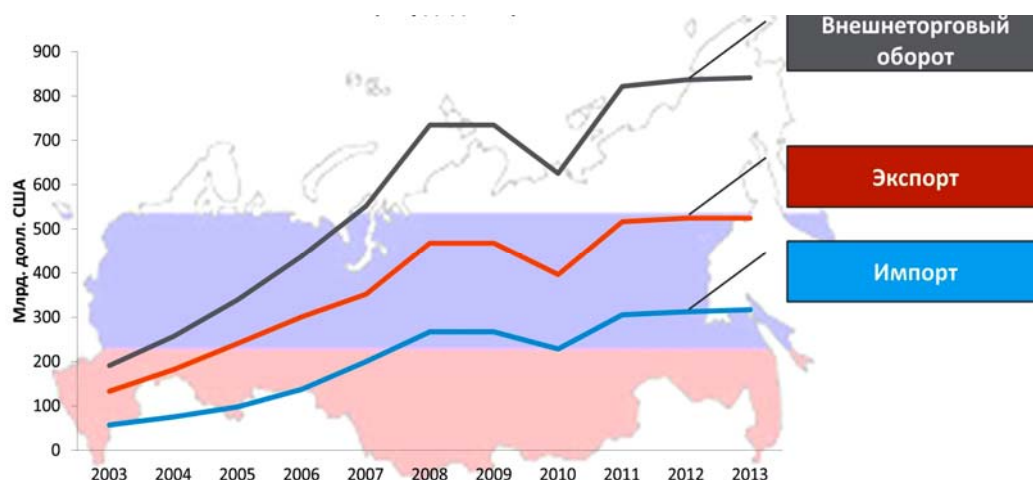


Рис. 1. Динамика показателей внешней торговли России в 2003–2013 гг., млрд долл. [3]

По итогам 2013 года внешнеторговый оборот товаров и услуг России составил 844,2 млрд долларов (экспорт – 526,4 млрд долл., импорт – 317,8 млрд долл., рис. 2).

При этом в среднем темп прироста возрос на 0,3% по всем показателям. Торговое сальдо осталось положительным, сократившись на 2,5%.

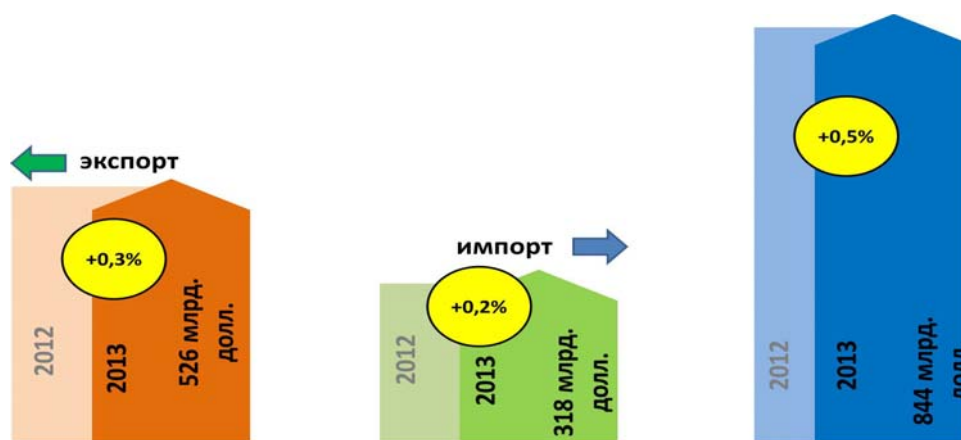


Рис. 2. Тенденции изменения внешнеторгового оборота России в 2012–2013 гг. [3]

Анализ демонстрирует тенденцию сокращения экспорта сырьевых товаров и роста высокотехнических. Например, экспорт машинотехнической продукции возрос чуть больше 4%, высокотехнологичной продукции – на 14%, инновационной – на 4,2%. Вместе с тем произошел значительный рост торговли услугами, по сведениям ЦБ РФ, за первое полугодие 2013 года на 18% [4].

В России за 2012–2013 г. средневзвешенная ставка импортной пошлины по всем товарам снизилась до 7,4% по сравнению с ее величиной на момент окончания переговоров о вступлении в ВТО, когда она составляла 10,29%. Анализ оперативных данных Федеральной таможенной службы РФ подтверждает, что в результате снижения пошлин резкого роста импорта в начале 2014 г. не произошло [5]. По условиям присоединения к ВТО в среднем средневзвешенная ставка пошлин на импорт товаров снизится в период 2014–2017 гг. на четыре процентных пункта. В 2011 году она по факту составила 9,6%, в 2012 году немного сократилась из-за структурных сдвигов на 9,5%, в 2013 году – 7,4%, в 2014 году планируется на уровне 6,9%, в 2015-м – 5,9% и до 2019 года, по оценкам экспертов, будет пребывать в пределах 5-5,3%. Необходимо также отметить, что, как и прежде, не обнаруживает-

ся значительных изменений в соотношении стоимости экспорта и импорта. Как видно из рис. 1, импорт более чем на треть меньше экспорта. С одной стороны, стабильность – явление позитивное, однако, с другой стороны, означающее, что экономическим агентам России быстро не удастся преобразовывать структуру своей внешней торговли.

Результаты вхождения в ВТО неравномерно распределены среди отраслей экономики РФ, причем к выигрывающим от расширения экспортного рынка можно отнести металлургию (черный металл, трубы, отдельные виды цветных металлов), минеральные удобрения, химическую продукцию и поставки древесины. Значительное снижение объемов производства от дополнительного притока импортных товаров ожидается в таких отраслях, как обработка древесины, целлюлозно-бумажное производство, производство изделий из дерева, легкая промышленность, агропромышленный комплекс и машиностроение.

Самые значительные опасения от членства в ВТО у экспертов вызывают рынки АПК в основном за счет сокращения степени таможенно-тарифной защиты рынков зерна, молока, мяса, а также сельхозмашиностроения, которые могут привести к значительному росту импорта и сокращению отечественного производства, поголовья

скота и, как следствие, числа рабочих мест. В этих отраслях предусматриваются потери в 2014–2015 гг. 1,6 млн рабочих мест, в пищевой промышленности – 40%, в сельском хозяйстве – 26% объема производства, в промышленном производстве – 20%, а в обрабатывающей промышленности – более 30%.

По словам В. В. Путина, в настоящее время неизбежно требуется кардинально и в короткие сроки изменить структуру экспорта. В связи с этим поставлена цель на расширение российского экспорта неэнергетических товаров не менее чем на 6% за счет расширения линейки инструментов поддержки отечественных несырьевых компаний на мировых рынках [6]. Одновременно должна проводиться активная политика импортозамещения в соответствии с нормами ВТО и российскими обязательствами перед партнерами по Евразийскому экономическому союзу (Россия, Казахстан и Белоруссия), 29 мая 2014 года подписавшими договор о сотрудничестве. Причем без приведения внешнеэкономической политики в соответствии с правилами ВТО невозможно развитие торгово-экономических связей стран – членов ЕЭП.

За счёт модернизации промышленности, строительства новых предприятий, сосредоточения конкурентного производства в России планируется, не пренебрегая норм международной торговли, не внедряя каких-либо ограничений и барьеров, значительно снизить импорт по многим позициям, вернув собственный рынок отечественным производителям. Это в том числе производство программного обеспечения, радиоэлектронного оборудования, энергетического оборудования, текстильной промышленности и рынка продовольствия. С этой целью планируется в кратчайшие сроки проанализировать потенциал конкурентного импортозамещения в промышленности и сельском хозяйстве и к осени 2014 г. подсчитать и сформулировать, какие товары будут приобретаться для государственных и муниципальных потребностей у российских производителей и предприятий с иностранным участием либо со стопроцентным иностранным капиталом, но работающих в России и подчиняющихся

российскому законодательству, а какие у компаний государств – членов Таможенного союза.

В целом, как показывает международный опыт, вступление в торговую организацию принесет существенные плюсы и в ближайшие 20 лет у России появится возможность сыграть значительную роль в мировом экономическом сообществе, если модернизировать свою экономику, реформировать многие элементы государственной политики поддержки национальных производителей и активизировать поддержку слабых отраслей. По оценке, содержащейся в «Глобальных тенденциях до 2030 года: альтернативные миры», представленной в 2012 г. в Вашингтонском Национальном клубе печати, включение РФ в структуру ВТО может форсировать ее экономический рост в 2013–2015 гг. на 3% ВВП, а в стратегическом развитии до 2020 г. – на 11%. Однако, по словам главы Национального разведывательного совета Кристофера Коджема, Россия все еще пребывает в ощутимой зависимости от добычи полезных ископаемых, преимущественно нефти и газа, и в случае «если Россия не сумеет создать более диверсифицированную экономику и более либеральное внутригосударственное устройство, то она может стать возросшей угрозой для региональной и глобальной безопасности» [7]. Однако за период 2009–2014 гг. государственный бюджет РФ продолжал складываться преимущественно за счет получения дохода от продажи энергоресурсов. Россия также планомерно идет к формированию стратегического российско-китайского энергетического альянса, предназначенного в будущем служить фундаментом энергетической безопасности всего Азиатско-Тихоокеанского региона. И к 2020 году планируется увеличить взаимный товарооборот с Китаем до 200 млрд долл., формируя совместные инвестиционные и банковские структуры.

Эксперты, строя сценарии достижения больших успехов в экономике России в стратегическом развитии к 2030 г., указывают на необходимость совершенствования условий для иностранных инвестиций и реализации возможностей для экспорта

российских промышленных товаров. Членство России в ВТО должно стимулировать эти усилия и содействовать Правительству РФ, топ-менеджерам структурообразующих отраслей диверсифицировать российскую экономику поэтапно к 2020–2030 гг. В то же время зачастую авторы долгосрочных прогнозов для России акцентируют внимание на том, что не пытались «предсказывать будущее», а лишь «стимулировали дискуссии» на тему глобальных тенденций мирового развития на период до 2030 года. В числе этих тенденций называют:

1 – наращивание многополярности в мире и усиление роли развивающихся государств в международной экономике;

2 – рост значимости информационных технологий;

3 – старение населения развитых стран, увеличение доли городских жителей и численности среднего класса;

4 – рост нехватки продовольствия и водных ресурсов;

5 – сокращение обилия вооруженных конфликтов и перемещение террористической деятельности в киберпространство.

Таким образом, сложно однозначно прогнозировать, что ожидает Россию в ВТО на этапах реализации данного процесса как в 2014-м, так и 2015–2020 гг. Прогнозирование глобальных тенденций экспертами позволяет сделать вывод о сохранении зависимости бюджета РФ от сырьевых отраслей до 2020 г. и необходи-

мости улучшения инвестиционного климата для модернизации экономики к 2030 г. Стратегически необходимо сохранение условий, отражающих компромисс между целями глобализации либерализации торговли, провозглашенными ВТО, и защитными мерами, сокращающими отрицательные последствия для отдельных отраслей российской экономики.

Окружающая действительность изменяется молниеносно. В настоящее время часто происходят столкновения с неготовностью и уклонением от восприятия новыми лидерами глобального развития, принятия в расчет альтернативных точек зрения и готовности к изменениям принципов работы первенствующих международных финансовых институтов в соответствии с динамично изменяющейся картиной мира. Так, приостановлена реформа МВФ, практически не продвигается Дохийский раунд, призванный констатировать современные справедливые правила международной торговли. Как показывают происходящие в Украине события, политика оказывает влияние на экономические процессы, в связи с чем необходимо отметить, что беспомощность в поиске компромиссов, уклонение от рассмотрения законных интересов партнёров и грубый прессинг лишь способствуют хаосу и беспорядку, порождая новые риски для последующего расширения и обновления всего мирового сообщества [6].

Список литературы

1. Оболенский В. П. Россия и ВТО: первые итоги // Мировая экономика и международные отношения. – 2013. – № 9. – С. 3-11.
2. Информационно-аналитический портал «Эхо Москвы» [Электронный ресурс] / Официальный сайт. – Электрон. дан. – М., 2014. – Режим доступа: <http://echo.msk.ru/>
3. Статистика внешней торговли России в 2013 году: цифры и ключевые показатели [Электронный ресурс] / Официальный сайт. – Электрон. дан. – М., 2014. – Режим доступа: <http://провэд.рф/analytics/research/10888-statistika-vneshney-topgovli-rossii-v-2013-godu-tsifry-i-klyuchevye-pokazateli.html>
4. Членство в ВТО – новый этап участия России в международной торговой системе / под ред. С. Ф. Сутырина, Н. А. Ломагина. – СПб. : Изд. центр экон. фак-та СПбГУ, 2013. – 264 с.
5. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс] : информ.-аналит. материалы. – Электрон. дан. – М., сор. 2004–2014. – Режим доступа: <http://www.customs.ru/>

6. Петербургский международный экономический форум [Электронный ресурс] : информ.-аналит. материалы. – Электрон. дан. – М., 2014. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/news/21080> (23.05.2014)

7. Отчет «Глобальные тенденции 2030: альтернативные миры» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Washington, 2014. – Режим доступа: <file:///C:/Users/User/Downloads/-export-sites-default-ruskiymir-ru-briks-publications-Global-Trends-2030-RUS.pdf>

8. Центральный Банк России [Электронный ресурс] : информ.-аналит. материалы. – Электрон. дан. – М., сор. 2000–2014. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/analytics/>

E. V. Meshcheriakova*

**Meshcheriakova Elena, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
elena_okolnicheva@mail.ru*

ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGY FOR RUSSIA IN LINE WITH WTO PRINCIPLES

Keywords: WTO, international organization, international trade organization, foreign trade, foreign trade turnover, export, import.

Russia's WTO membership has various effects on export-oriented and import-substituting sectors of the national economy. The article considers economic development and basic tendencies of Russian foreign trade policy. Increased economic openness of Russia influences on the strategic results of entering the international organization, although they are different for various industries. The author discloses optimistic and pessimistic forecasts of experts on the results of entry into the trade organization.

© Мещерякова Е. В., 2014

Управление социальным развитием

УДК 331.56

Н. А. Куфтырева*

*Куфтырева Наталья Александровна, кандидат экономических наук, доцент
Дзержинский политехнический институт Нижегородского государственного
технического университета им. Р. Е. Алексеева, г. Дзержинск
kuftyreva_n@rambler.ru

ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ БЕЗРАБОТИЦЫ В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ И ВЫЯВЛЕНИЕ ФАКТОРОВ ЕЕ ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ

Ключевые слова: уровень безработицы, занятость, финансовая помощь, региональная политика.

Поскольку безработица представляет собой макроэкономическую проблему, оказывающую наиболее прямое и сильное воздействие на каждого человека, автором проводится исследование ее уровня, что является актуальной задачей на уровне региона и страны в целом с целью определения взаимосвязи динамики данного показателя с мероприятиями, проводимыми в РФ и Нижегородской области.

Одной из проблем современного этапа развития российского общества является проблема занятости и безработицы. Данная проблема носит как экономический так и социальный характер [7].

Безработица представляет собой макроэкономическую проблему, оказывающую наиболее прямое и сильное воздейст-

вие на каждого человека, это социально-экономическое состояние, при котором часть активного, трудоспособного населения не может найти работу, которую способно выполнять. В табл. 1 приведены данные по уровню безработицы населения по субъектам РФ и РФ в целом, в среднем за год за период 2000–2013 гг.

Таблица 1

*Уровень безработицы населения по субъектам РФ и РФ в целом,
в среднем за год за период 2000–2013 гг.*

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Приволжский федеральный округ	9,8	8,4	7,7	7,7	7,9	7,4	6,5	6,1	6,2	8,6	7,6	6,5	5,3	4,9
Республика Башкортостан	11,6	10,7	8,3	8,2	7,2	7	6,5	6,5	5,2	9,2	8,9	7,6	6,1	5,8
Республика Марий Эл	11,9	9,3	13,6	11,5	9,4	10	10	9	9,1	11,5	10,5	10,1	6,5	5,2
Республика Мордовия	10,6	10,1	9,4	7,8	5,9	6,6	4,6	3,5	2,7	5,2	5,4	5,2	4,9	4,4
Республика Татарстан	8,4	6,3	5,3	6,6	7,4	6,7	5,6	5,6	4,9	8,4	6,2	4,7	4,1	4
Удмуртская Республика	9,7	7,4	7,9	6,6	8	7,8	8,4	8,1	7,8	8,8	9,3	6,9	6	5,7
Чувашская Республика	9,1	9,5	9,4	8,2	9,8	11,7	8,6	9	8	11,6	9,5	7,8	5,9	5,7
Пермский край	10,6	6,9	9,1	7,4	7,3	8,1	7	6,5	8,3	9,9	8,3	7,5	6,3	6,5
Кировская область	8,2	7,7	6,8	7,3	8,6	7,2	7,9	5,8	7,2	10,9	8,6	8,3	7,1	5,6
Нижегородская область	7,8	8,2	7,8	6,2	7,4	6	5,4	4,5	5,7	7,5	7,7	7,2	5,4	4,3

Продолжение табл. 1

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Оренбургская область	12	8,3	10,3	11,3	11	9,2	6,4	7,1	6,9	8,8	7,2	6,3	5,4	4,9
Пензенская область	11,4	13,7	7,3	9,2	6,7	6,6	6,4	5,2	7,6	8,1	6,4	5,4	4,9	4,8
Самарская область	10,2	6,1	5,4	4,4	5,3	5,4	4,2	4,1	4,2	6,1	5,8	5,1	3,4	3,2
Саратовская область	9,8	9,7	7,6	10,6	10	9,2	8,2	8	7,8	8,8	6,3	6	5,4	5,2
Ульяновская область	6,6	8,6	6,1	7,3	9,5	7,7	6,8	4,6	7	8,9	8,8	6,8	5,6	5,5
Российская Федерация	10,6	9	7,9	8,2	7,8	7,1	7,1	6	6,2	8,3	7,3	6,5	5,5	5,5

На рис. 1 представлена сравнительная характеристика динамики уровня безработицы по Нижегородской области, Приволжскому федеральному округу и в целом по Российской Федерации за 2000–2013 гг. Вызывает практический интерес вопрос определения среднего уровня безработицы за данный период с целью выявления значимости проводимых мероприя-

тий по его снижению в рамках региона и РФ в целом.

В качестве среднего уровня предлагается выбрать средний по субъекту показатель уровня безработицы за исследуемый период (2000–2013 гг.), с учетом определения меры колеблемости возможного результата.

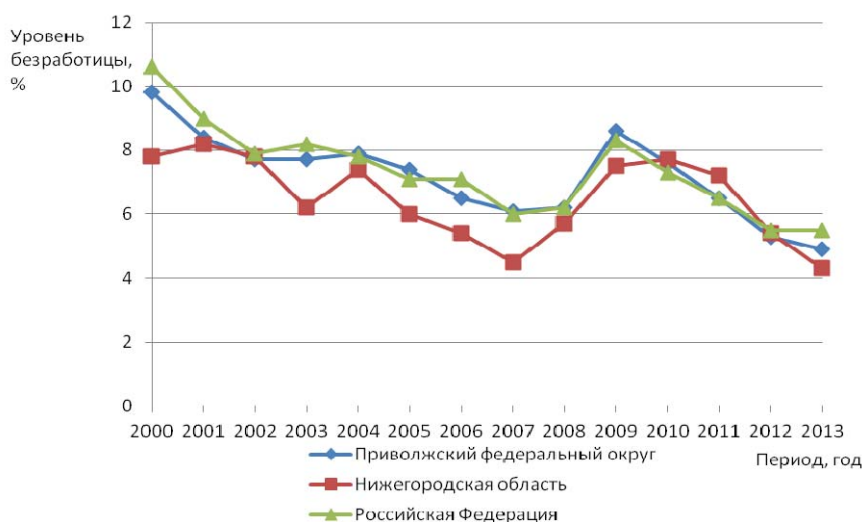


Рис. 1. Динамики уровня безработицы по Нижегородской области, Приволжскому федеральному округу и в целом по РФ за 2000–2013 гг.

Под мерой колеблемости понимается среднее квадратичное отклонение (квадратный корень из среднего арифметического всех квадратов разностей между данными величинами и их средним арифметическим). Среднее квадратичное отклонение представлено формулой:

$$\delta = \sqrt{\frac{(a_1 - a)^2 + (a_2 - a)^2 + \dots + (a_n - a)^2}{n}} \quad (1)$$

- высокий уровень безработицы наблюдается при $Уб > Уб_{ср} + \delta$
- средний уровень безработицы наблюдается при $Уб_{ср} - \delta \leq Уб \leq Уб_{ср} + \delta$
- низкий уровень безработицы наблюдается при $Уб < Уб_{ср} - \delta$

В табл. 2 представлены результаты определения уровня безработицы за исследуемый период по Нижегородской области, Приволжскому федеральному округу и РФ [9].

Определение уровня безработицы за исследуемый период

Наименование	Среднее значение показателя уровня безработицы за период 2000–2013 гг. $У_6^{cp}$, %	Среднее квадратическое отклонение σ , %	Уровень безработицы за исследуемый период $У_6^{cp}$, %		
			низкий	средний	высокий
РФ	7,357	1,857	$x < 5,5$	$5,5 \leq x \leq 9,214$	$x > 9,214$
ПФО	7,186	1,674	$x < 5,512$	$5,512 \leq x \leq 8,86$	$x > 8,86$
Нижегородская область	6,507	1,589	$x < 4,918$	$4,918 \leq x \leq 8,096$	$x > 8,096$

На рис. 2 выделена область среднего значения уровня безработицы по РФ с учетом определения меры колеблемости возможного результата. Отсюда можно сде-

лать вывод о том, что уровень безработицы в 2012–2013 гг. достиг нижней границы среднего уровня.

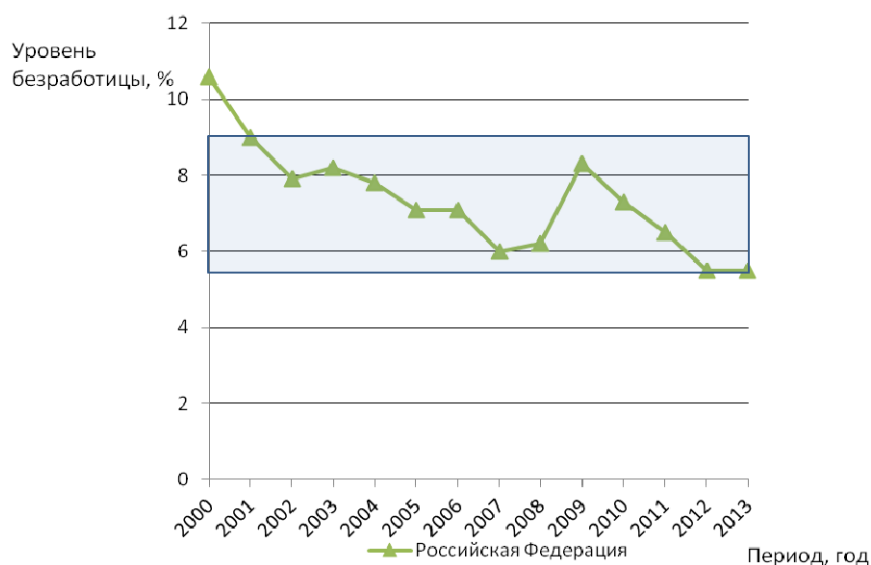


Рис. 2. Динамика уровня безработицы по РФ за 2000–2013 гг.

Социально-экономическая политика Правительства Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2012–2014 гг.) носила переходный характер, связанный с завершением решения задач посткризисного восстановления и переносом акцентов на меры стратегического характера, зафиксированные в «Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года». Одним из основных приоритетов экономической политики в прогнозный период являлись социальное развитие и инвестиции в человеческий капитал, которые заключались в поддержании достигнутого уровня оплаты труда в бюджетной сфере, росте пенсионного и социального обеспечения, повышении адресности социальных выплат, стабилизации ситуации на рынке труда, со-

кращении мероприятий антикризисной поддержки, переносе акцента на реализацию мер по стимулированию трудовой мобильности населения, по профессиональной подготовке и переподготовке кадров, создании новых рабочих мест, отвечающих требованиям инновационной экономики [8]. Реализовывались меры, направленные на упрощение привлечения в РФ высококвалифицированных иностранных специалистов.

На рис. 3 выделена область среднего значения уровня безработицы по Приволжскому федеральному округу с учетом определения меры колеблемости возможного результата. Уровень безработицы в 2013 г. достиг низкого уровня и составляет 4,9%.

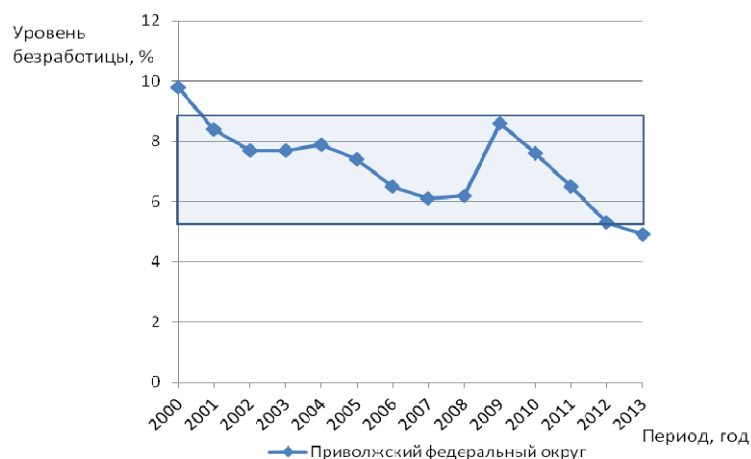


Рис. 3. Динамика уровня безработицы в ПФО за 2000–2013 гг.

В соответствии с документом «О прогнозе социально-экономического развития Нижегородской области на 2011 год и на период до 2013 года» уровень официально зарегистрированной безработицы будет постепенно снижаться и к концу 2013 года

достигнет 1,3% (по методологии МОТ) – 5,6%. Из рис. 4 видно, что данный показатель составил 4,3%, что ниже среднего значения по региону и запланированного на этот период.

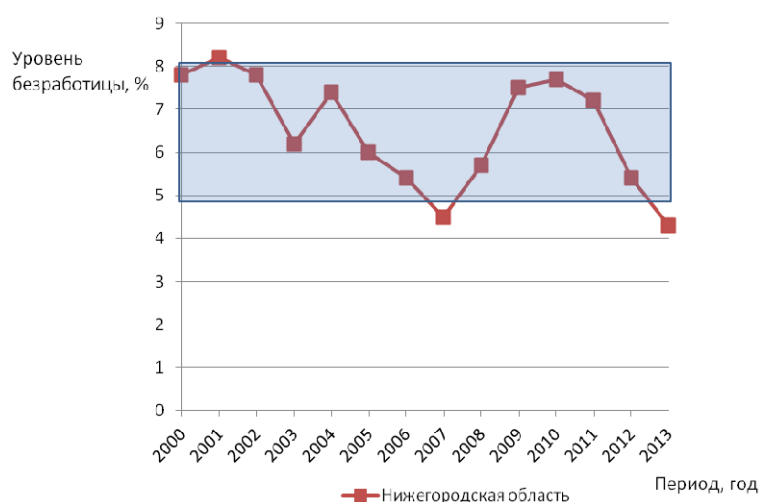


Рис. 4. Динамика уровня безработицы в Нижегородской области за 2000–2013 гг.

По данному показателю Нижегородская область является лучшей среди регионов ПФО [6]. Уровень безработицы в течение 2012 года снизился практически в 1,5 раза и в целом соответствует значениям докризисного периода. Такая положительная тенденция была достигнута за счет продолжения реализации мероприятий программ:

1. «О дополнительных мерах, направленных на снижение напряженности на рынке труда Нижегородской области».

В 2012 г. программой было предусмотрено финансирование мероприятий за счет

средств консолидированного бюджета области в объеме 15,3 млн рублей, в т. ч. из федерального бюджета – в сумме 13,0 млн рублей и из областного бюджета – в сумме 2,3 млн рублей. Выделенные средства были освоены в полном объеме. В рамках Программы на оснащенные рабочие места трудоустроены 332 человека, из них 266 инвалидов и 66 граждан из числа многодетных родителей и родителей, воспитывающих детей-инвалидов.

В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 15.12.2012 года № 1307

для реализации мероприятий по снижению напряженности на рынке труда Нижегородской области в 2013 году разработана областная целевая программа, которой предусмотрено финансирование мероприятий за счет средств консолидированного бюджета области в объеме 20,2 млн рублей, в т. ч. из федерального бюджета – в сумме 19,1 млн рублей и из областного бюджета – в сумме 1,1 млн рублей. В программу были включены мероприятия по содействию

в трудоустройстве 304 незанятых инвалидов на оборудованные (оснащенные) для них рабочие места.

2. «Содействие занятости населения Нижегородской области на 2011–2013 годы».

То есть можно сделать вывод о непосредственной зависимости уровня безработицы и реализации региональных программ Нижегородской области, направленных на его снижение.

Список литературы

1. Федеральный закон от 19.04.1991 г. № 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/9005389>
2. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области [Электронный ресурс]. – URL: <http://nizhstat.gks.ru>
3. Система ГАРАНТ [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.garant.ru/news/>
4. О прогнозе социально-экономического развития Нижегородской области на 2011 год и на период до 2013 года. Документ с изменениями, внесенными Постановлением правительства Нижегородской области от 17.12.2010 № 923 [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/944955110>
5. Официальный сайт правительства Нижегородской области [Электронный ресурс]. – URL: <http://government-nnov.ru/?id=121527>
6. Корчагин П. В. Теория и практика модернизации региональной экономики // Вестник СамГУПС. – 2010. – № 4. – С. 128-132.
7. Корчагин П. В. Экономическое и социальное развитие территории: методологические и прикладные аспекты: диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Тольяттинский государственный университет сервиса. – Тольятти, 2012.
8. Башмачникова Е. В. Формирование сервисной концепции управления в регионе // Регионология. – 2005. – № 2. – С. 43-50.
9. Ерохина Л. И., Башмачникова Е. В. Перспективы развития регионов Приволжского федерального округа // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2010. – № 12. – С. 17-22.

N. A. Kuftyreva*

**Kuftyreva Natalya, PhD in Economics, Associate Professor of Dzerzhinsky Polytechnic Institute of Nizhny Novgorod State Technical University of R. E. Alexeev, Dzerzhinsk
kuftyreva_n@rambler.ru*

LEVEL OF UNEMPLOYMENT IN NIZHNY NOVGOROD REGION AND ITS DETERMINING FACTORS

Keywords: unemployment level, employment, financial aid, regional policy.

Unemployment is a macroeconomic problem, having direct and strong effect on every person. The author studies the level of unemployment, which is an important issue for the region and the country as a whole. The purpose of the study is to determine the relationship between the dynamics of this indicator and the activities carried out in the Russian Federation and the Nizhny Novgorod region.

© Куфтырева Н. А., 2014

МЕЗОУРОВЕНЬ

Региональное развитие

УДК 330.131:621.31 (470.345)

А. П. Горина*

**Горина Алла Петровна, доктор экономических наук, профессор
Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева, г. Саранск
Alla1060@mail.ru*

Д. Д. Гудкова*

**Гудкова Дарья Дмитриевна, студентка
Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева, г. Саранск
dasha_gud@mail.ru*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Ключевые слова: «зеленая» экономика, природный капитал, альтернативные источники энергии: солнечная, ветровая, геотермальная, биотопливо, электроэнергетика, энергоэффективность, энергосберегающие технологии.

Рассматривается сущность «зеленой» экономики, обосновывается ее необходимость в современных условиях. Особое внимание уделяется использованию альтернативной электроэнергетики в рамках «зеленой» экономики как в западных странах, так и в России. Анализируется потенциал возобновляемых источников в России, а также в Республике Мордовия.

В последние годы возрастает актуальность «зеленой» экономики. Это связано главным образом с разочарованием в существующей на настоящий момент экономической модели, а также с несовершенством рыночного механизма, дающего многочисленные сбои. Поэтому в этих условиях появляется необходимость в пересмотре основополагающих взглядов на модель развития экономики с целью ее улучшения и преобразования [8]. Уже сейчас правительства многих стран ориентируются на новый путь развития экономической системы, стараясь сократить неблагоприятное воздействие на окружающую среду, колоссальное расходование природных ресурсов и усиление социальных различий. На передний план выдвигаются проблемы энерго- и ресурсосбережения, а также поиск альтернативных источников энергии.

Государству необходимо создавать новые стимулы, укреплять инфраструктуру рынка и рыночного механизма, переориентировать государственные инвестиции и

переходить к «зеленым» государственным закупкам. Частный сектор, в свою очередь, должен осознать необходимость перехода к «зеленой» экономике и своевременно отреагировать на изменения, требующие увеличения объемов финансирования и инвестирования.

Поэтому «озеленение» экономики – это важный шаг на пути экономического развития. Такая экономика значительным образом изменит и преобразит жизнедеятельность человека, принесет выгоды как экономике регионов стран, так и мира в целом. Уже сейчас и государство, и частный сектор обладают необходимыми ресурсами для указанных выше преобразований. Чем раньше будет принят вызов и приняты меры, тем меньше будет затрачено средств и ресурсов [10].

ЮНЕП определяет «зеленую» экономику как такую экономику, которая «повышает благосостояние людей и обеспечивает социальную справедливость и при

этом существенно снижает риски для окружающей среды и ее обеднение» [6].

Рост доходов и занятости происходит за счет государственных и частных инвестиций, которые минимизируют неблагоприятное воздействие на окружающую среду, повышают эффективность использования энергии и ресурсов, сохраняют и увеличивают природный капитал. Понятие «природный капитал» в концепции «зеленой» экономики рассматривается как одно из ключевых. Это источник общественных благ и важнейший экономический актив, поэтому столь распространенное в настоящее время понятие «природные ресурсы» является неприемлемым для сторонников нового направления, так как оно не соотносит в должной мере природные блага с достоянием нации.

Негативные проявления функционирующей «коричневой» экономики можно наблюдать повсеместно: значительные экологические проблемы, нехватка пресной воды, продовольствия, социальное неравенство, бедность, истощение природного капитала. В таких условиях видится серьезная, глобальная проблема как для нынешнего, так и для будущего поколений [9].

В соответствии с новой моделью требуются вложения в виде «зеленых» инвестиций. Они могут осуществляться в различных формах, одной из которых являются вложения, способствующие уменьшению загрязнения окружающей среды при производстве энергии. На наш взгляд, данный аспект можно рассматривать как один из ключевых в связи с тем, что современная энергетическая система в силу своей ориентации на ископаемое топливо приводит к изменению климата. На долю энергетического сектора приходится две трети выбросов парниковых газов [6], что свидетельствует о негативном воздействии на окружающую среду. Переход к новому виду экономики с помощью «зеленых» инвестиций будет заключаться в переориентации энергоснабжения с ископаемого топлива на более экологичные альтернативы (различные источники энергии: солнечная, ветровая, биотопливо и т. д.). В современных условиях, когда функционирование экономики все чаще сталкивается

с проблемами (в том числе и с кризисными явлениями), страны-экспортеры нефти несут риски, связанные с ростом и неустойчивостью цен на ископаемое топливо. Некоторые страны (Индия, Кения, Сенегал) тратят на импорт энергоресурсов около половины своего дохода от экспорта, в то время как им доступны значительные резервы для успешного функционирования возобновляемых источников. Такие инвестиции позволят сократить расходы на экспорт, повысить экономическую и финансовую безопасность, а что самое главное – и энергетическую.

Потребность в возобновляемых источниках энергии осознали многие страны уже сегодня. Инвестиции в «зеленое» будущее, по прогнозным данным, будут неуклонно расти. В 2010 году в такую энергетику было инвестировано 195 млрд долл., а в ближайшее десятилетие объем инвестиций, по оценкам экспертов, даже удвоится [2]. Однако уже в 2013 году прогнозы не сумели оправдать себя, и в третьем квартале инвестиции сократились на 14%. В исследовании Bloomberg New Energy Finance отмечается, что самое большое падение наблюдается в США, Китае и Европе [5]. Рост инвестиций наблюдается только в Канаде, Бразилии, Великобритании, Италии, Чили и Уругвае. Такое падение связано главным образом с сокращением государственной поддержки. Почему же столь стремительно развивающееся направление экономики стало все меньше финансироваться? Безусловно, поддержка со стороны государства привела к подъему альтернативной электроэнергетики, однако, по словам министра по охране окружающей среды, природной и ядерной безопасности ФРГ Петера Альтмайера, «в последние три года развитие солнечной энергетики вышло из-под контроля» [5]. Странам пришлось столкнуться с новыми проблемами: ростом тарифов на электричество, выработанное из традиционных источников, банкротством ряда предприятий.

На наш взгляд, правительства многих стран уже осознали необходимость инвестирования в альтернативные источники энергии, что, в свою очередь, будет спо-

способствовать развитию новой «зеленой» экономики. Однако столь резкий старт, наблюдавшийся в первом десятилетии XXI века, сейчас все больше идет на понижение «скорости», что может быть объяснено несколькими причинами. Пожалуй, главная из них связана с тем, что долгосрочная политика в области «зеленой» экономики (и прежде всего в электроэнергетике) является невыгодной для большинства стран, добывающих и экспортирующих нефтяные продукты. Альтернативные источники энергии требуют много вложений, но вместе с тем сопровождаются большими издержками. Поэтому требуется осознание необходимости государственного инвестирования в «зеленые» технологии, грамотная и четко сформулированная политика правительства [11].

По отношению к России само понятие «зеленая» экономика является новым. Оно фактически не используется в официальных документах, однако нельзя сказать, что наша страна идет вразрез с общемировыми целями по «озеленению» экономики. Намеченные на ближайшее будущее цели во многом созвучны с целями перехода к зеленой экономике, главной из которых является задача ухода от сырьевой модели экономики. Можно привести ряд официальных документов, в которых отражены эти цели: Концепция долгосрочного развития страны (2008), проект Стратегии долгосрочного развития страны («Стратегия 2020») (2012), Основы государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 года, утвержденные Президентом РФ (2012), и др. [1].

Нынешний экономический кризис подтвердил, что экспортно-сырьевая модель экономики России исчерпала себя. Для спасения экономики пришлось затратить очень много средств. По оценкам Экономической экспертной группы, Россия затратила на антикризисные мероприятия больше всех в мире – более 11% ВВП, а упала ниже всех в «двадцатке» – на -7,9% ВВП (www.iet.ru) [1]. Поэтому в современных условиях совершенно явно обозначилась необходимость смены сырьевой ориентации на более эффективную

«зеленую» экономику. Таким образом, важнейшая цель «зеленого» курса – повышение энергоэффективности – является приоритетной и для России. Однако уже сегодня она отражена в ряде документов (Указ Президента РФ «О повышении энергетической и экологической эффективности» (2008), Закон об энергоэффективности (2009), Энергетическая Стратегия России до 2030 года (2010) и др.).

Развитие «зеленого сектора» в экономике России имеет достаточно благоприятные предпосылки в ряде хозяйственных сфер (сельское хозяйство, лесное хозяйство, туризм). Значительным образом перспективы развития данных отраслей связаны с развитием альтернативной электроэнергетики.

В условиях России использование такой электроэнергетики позволит решить ряд проблем, так как альтернативные источники отличаются более широкой распространенностью и экологической чистотой. Широкое применение альтернативных источников энергии позволит главным образом решить проблему надежности и полноты удовлетворения потребностей, в том числе в сельской местности и удаленных регионах страны.

Потенциал нашей страны в области альтернативной электроэнергетики велик. Экономически доступный потенциал возобновляемых источников энергии достигает около трети всех добываемых ископаемых видов топлива, технический потенциал – в 25 раз больше. Использование только экономического потенциала возобновляемых источников позволило бы увеличить их долю в энергобалансе не менее чем до 25%, высвободив значительные дополнительные объемы нефти и газа для внутренней переработки (прежде всего в химической индустрии) и экспорта [7].

Однако на сегодняшний день использование возобновляемых источников в стране далеко от желаемого. По динамике развития альтернативной электроэнергетики Россия значительным образом уступает ведущим странам, а также государствам Восточной Европы. Изменить ситуацию поможет масштабное внедрение энергосберегающих технологий и соответст-

вующая поддержка развития данного направления (налоговые льготы, гарантии доходности инвестиций, благоприятная тарифная политика и др.). На локальном же уровне необходимо замещать устаревшие технологии качественно новыми и наращивать дополнительные мощности менее дорогостоящими, но более эффективными и гибкими в размещении установками, которые ориентированы на возобновляемые источники энергии.

Ближайшие перспективы развития альтернативной энергетики России связаны в первую очередь с малыми ГЭС и установками, использующими биомассу. По оценкам некоторых экспертов, в этом отношении в отдаленной перспективе Россия может стать экспортером биотоплива второго (непищевые остатки культивируемых растений, травы и древесины) и третьего (водоросли) поколений. Также в стране имеется высокий потенциал ветроэнергетики. По данному показателю Россия является мировым лидером (вслед за ней идут США и Китай). Есть перспективы развития солнечной энергетики (главным образом в Краснодарском крае и Бурятии). В этой связи хотелось бы рассмотреть экономический потенциал Республики Мордовия и выявить перспективные направления ее развития.

Мордовская энергосистема является частью Единой энергетической системы России и представляет собой комплекс предприятий по производству и передаче электрической и тепловой энергии для нужд народного хозяйства и населения республики. Основными источниками генерации энергии являются: ТЭЦ-2 в г. Саранске, Ромодановская ТЭЦ-4 и ТЭЦ-3 в пос. Комсомольский с общей установленной мощностью 298 тыс. кВт.

Республика Мордовия не обладает теми топливно-сырьевыми ресурсами, на которые в настоящее время ориентирован российский экспорт. Главными ископаемыми носителями тепловой энергии в Мордовии являются небольшие запасы торфа и горючих сланцев. Поэтому для нашей республики использование альтернативных источников является перспективным направлением развития экономики.

Мордовия также обладает высоким запасом биоэнергоресурсов, к которым относятся древесина, отходы сельскохозяйственного промышленного производства, навоз, городской мусор, канализационные стоки, отходы животноводства, спирты или спиртовая смесь. В этой связи в 2013 году в поселке Ромоданово началось строительство крупнейшей на территории России биогазовой электростанции, работающей на свекольном жоме, а также на отходах жизнедеятельности крупного рогатого скота. Данный проект реализует компания «Биогазэнергострой», входящая в «Газэнергострой».

Согласно проекту это будет самая крупная биогазовая станция в России, мощность которой составит 4,4 МВт. Поставщиками сырья станут сельскохозяйственный производственный кооператив «Ромодановское», близлежащие фермерские хозяйства и сахарный завод [3]. Строительство данного объекта планируется завершить к концу 2014 года, а размер инвестиций составит 25-30 млн евро, из которых 15% – собственные средства, а 85% – долгосрочные кредиты. Проект обеспечит 4 МВт энергии, вырабатываемой на станции, на рынок и 400 кВт – на энергообеспечение фермерских хозяйств и собственные нужды компании.

Реализация этого проекта создала бы благоприятные условия на рынке энергетических ресурсов. Сельское хозяйство в Мордовии – важнейшая отрасль специализации производства в республике. Наличие большого числа фермерских хозяйств сможет предоставить станции необходимое сырье, а энергия, впоследствии выработанная на станции, позволит обеспечить как население, так и сами хозяйства дополнительной энергией, качественно более эффективной и доступной.

В целом в России около 10 биогазовых установок (для сравнения: в Германии их около 10000). В Белгородской области была запущена одна из первых станций мощностью 500 кВт. Таким образом, по проекту мощность станции в Республике Мордовия станет на порядок выше, что сможет обеспечить не только животноводческие хозяйства, но и население в целом.

Однако успешное функционирование альтернативной электроэнергетики (и в данном случае биогазовых станций) на практике сталкивается с рядом проблем, в числе которых – высокая себестоимость энергии (в 1,5-2 раза выше, чем у газовых). Для поддержания такого рода инвестиционных проектов необходимы прежде всего государственные субсидии. По оценкам экспертов, в Мордовии довольно благоприятный инвестиционный климат, а власти с пониманием относятся к проблемам развития возобновляемых источников энергии.

В качестве альтернативных источников энергии в Мордовии используется не только биотопливо, но и солнечная энергия. Связанный с этим проект не имеет аналогов в стране. Совместное предприятие будет выпускать так называемые изделия солнечной энергетики, а именно – слитки мультикристаллического кремния, кремниевые пластины, фотоэлектрические преобразователи и солнечные модули [4].

Такое производство будет размещено на территории завода «Электровыпрямитель» в г. Саранске. Запуск линий планируется реализовать за 2014–2015 гг. В свою очередь, это не только будет способствовать развитию экономики республики, но и создаст дополнительные рабочие места.

Таким образом, потенциал как России в целом, так и Мордовии в частности в области альтернативной электроэнергетики велик. Грамотное использование этого потенциала позволит добиться высоких результатов как в рамках региональной и национальной экономики, так и в глобальных рамках. Если именно сегодня наша страна осознает необходимость «зеленого» курса и предпримет необходимые и эффективные шаги в данном направлении, то появится возможность повысить уровень благосостояния общества, улучшить экономические показатели, «озеленить» окружающий мир, перейти на энергосберегающие технологии и альтернативные источники энергии.

Список литературы

1. Бобылев С. Н., Захаров В. М. «Зеленая» экономика и модернизация. Эколого-экономические основы устойчивого развития // На пути к устойчивому развитию России : совместная программа Общественной палаты Российской Федерации и Центра экологической политики России. – № 60. – М. : Институт устойчивого развития / Центр экологической политики России, 2012. – 90 с.
2. Бородин К. Инвестиции в ВИЭ к 2020 г. удвоятся [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://energo-news.ru/archives/83984>
3. Дзядко Т. В Мордовии откроют крупнейший проект в российской альтернативной энергетике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.vedomosti.ru/companies/news/2823431/megavatty_ne_pahnut
4. ИА «МордовМедиа». Солнечная энергетика даст Мордовии тысячу рабочих мест [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mordovmedia.ru/news/society/item/22112>
5. Милюкова Я. «Зеленые» технологии завяли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gazeta.ru/business/2013/10/14/5704865.shtml>.
6. Навстречу «зеленой» экономике: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности. 2011 : обобщающий доклад для представителей властных структур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.unep.org/greenecconomy.
7. Порфирьев Б. «Зеленая» экономика: реалии, перспективы и пределы роста : рабочие материалы Карнеги, апрель 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.carnegie.ru>.
8. Корчагин П. В. Тенденции и закономерности условий функционирования региональных социально-экономических систем / П. В. Корчагин ; Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования «Самарский гос. аэрокосмический ун-т им. акад. С. П. Королева». – Самара, 2009.

9. Корчагин П. В. Экономическое и социальное развитие территории: методологические и прикладные аспекты: диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Тольяттинский государственный университет сервиса. – Тольятти, 2012.

10. Региональная экономика: анализ особенностей развития, тенденции, перспективы / Л. И. Ерохина, В. В. Янов, А. Н. Кара и др. – Самара : Изд-во Самар. гос. аэрокосм. ун-та, 2011. – 280 с.

11. Башмачникова Е. В., Поселянов О. Е. Проблемы развития региональной социально-экономической подсистемы // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2006. – Т. 8. – № 4. – С. 992-995.

A. P. Gorina*

**Gorina Alla, Doctor of Economics, Professor
of Mordovia State University of N. P. Ogarev, Saransk
Alla1060@mail.ru*

D. D. Gudkova*

**Gudkova Daria, student
of Mordovia State University of N. P. Ogarev, Saransk
dasha_gud@mail.ru*

PROBLEMS AND PROSPECTS OF ALTERNATIVE ENERGY SOURCES: REGIONAL ASPECT

Keywords: «green» economy, natural capital, alternative energy sources: solar, wind, geothermal, bio-fuel, energy, energy efficiency, energy-saving technologies.

The article considers the essence of «green» economy, and justifies its necessity in the modern world. The authors emphasize the use of alternative energy within the «green» economy in Western countries and in Russia. The work analyzes the potential of renewable energy in Russia and the Republic of Mordovia.

© Горина А. П., Гудкова Д. Д., 2014

УДК 378; 338.46

Р. К. Крайнева***Крайнева Раиса Канафиевна, кандидат экономических наук, доцент**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*

kaf_manager@tolgas.ru

БИЗНЕС-ОБРАЗОВАНИЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Ключевые слова: экономика знания, деловое образование, компетенции, конкурентные преимущества организации.

Рассмотрено современное состояние деловых образовательных услуг, роль и значение знаний, информации в постиндустриальном обществе в условиях экономики знаний.

В России деловое образование – явление относительно новое, которое появилось приблизительно в начале 90-х годов прошлого столетия. С переходом на негосударственные формы собственности начал формироваться совершенно новый рынок образовательных услуг и рынок бизнес-образования в том числе. Его развитию способствовали формирующиеся частно-экономические отношения: «покупатель образовательных услуг – продавец образовательных услуг». В то время основной упор делался именно на моральный аспект ведения бизнеса, потому что уровень предпринимательства в стране был на низком уровне и было необходимо сначала изменить парадигму мышления людей, отношения между людьми, вступившими «на путь бизнеса». Деловое образование 90-х годов XX в. отличалось «общим» характером предоставляемой информации из-за того, что еще не было смысла учить людей «вещам», направленным на какую-то узкую рыночную нишу, т. к. рыночная экономика находилась в начальной стадии.

Отметим недостатки делового образования на начальном этапе формирования рынка образовательных услуг:

- отсутствовала модель бизнес-образования, которая бы позволяла обучать условного менеджера на всех этапах его карьеры, начиная от рядового сотрудника через должности руководителя различных подразделений и заканчивая высшими должностями в российских компаниях и холдингах;

- недостаток квалифицированных преподавателей-практиков, который должен совмещать качества лектора для передачи информации и тренера для оттачивания закрепления бизнес-навыков;

- недостаточная практическая направленность – слабая ориентация на клиента и его потребности в овладении практическими приемами и инструментами ведения бизнеса;

- несоответствие названия программ и полезности информации для бизнеса, существенная часть информации, передаваемой в ходе обучения на курсах, относится к отрасли науки в ее классическом понимании и является избыточной для практической работы;

- несистемность и нелогичность отдельных предлагаемых курсов, например для слушателя небухгалтерских курсов выгоднее прослушать курс «Эффективное взаимодействие с бухгалтерией» вместо обычного «Бухгалтерский учет и аудит» и др. [6].

С начала 2000-х годов рынок делового образования в России видоизменился. На смену краткосрочным курсам повышения квалификации «пришло» деловое образование, «бизнес-образование» в виде определенной системы знаний, информации, компетенций, делающей упор на практические знания, а моральная сторона (настрой на успех, позитивность мыслей и т. д.) стала со временем терять свою актуальность.

Сегодня словосочетание «бизнес-образование» является одним из часто упот-

реблемых и популярных и перешедших в повседневной жизни в разряд привычных и обыденных. Все, кто имеет отношение к образованию и бизнесу, дают утвердительный ответ «Да» на простой вопрос: «Знакомы ли вы с бизнес-образованием?» Но большинство ответов можно свести к двум принципиальным трактовкам:

1) это образование, за которое надо платить (либо сам, либо работодатель и т. д.), т. к. образование рассматривается как разновидность бизнеса;

2) это образование, способствующее эффективному бизнесу (организации, ведению и т. д.), образование используется для успешного налаживания или ведения бизнеса.

Но эти трактовки спорны и не в полной степени раскрывают сущность данного явления. Сделаем попытку более детально рассмотреть сущность термина «бизнес-образование».

Бизнес-образование – получение необходимых теоретических знаний и практических навыков, необходимых для работы в сфере бизнеса [7].

Бизнес-образование – это образовательная деятельность по подготовке специалистов различных ступеней квалификации, участвующих в организации и ведении многообразных видов хозяйственной деятельности в условиях рынка (в выполнении функций управления на предприятиях и в хозяйственных организациях) [4].

Савушкин Э. дает следующее определение бизнес-образования: «*Бизнес-образование* – это уровень предприятий и организаций, а экономическое образование охватывает еще и национальную или мировую экономику, как в целом, так и по регионам и отраслям» [6].

Таким образом, можно сделать вывод, что *бизнес-образование* – это образовательная деятельность в рамках послевузовского или дополнительного обучения, направленная на подготовку компетентных профессиональных менеджеров для предприятий различной формы собственности и направления деятельности, работающих с целью их развития и получения прибыли.

Деловое образование выделяется рядом принципиальных отличий от традиционного образования, в числе которых:

- направленность обучения на научение чему-то, т. е. формирование практико-ориентированного подхода для получения дополнительных возможностей в результате того, что слушатель научился чему-то;

- акцентирование на созидание, развиваются способности воображения, способности создания результата, умение ставить цели, искать пути движения к цели, предвидеть возможные последствия своих решений и действий;

- основным в учебном процессе считается процесс передачи содержания, т. е. не только большое разнообразие различных методов обучения, но также и то, что эти методы олицетворяют учебный процесс, а не выступают только средством передачи знаний или развития навыков работы и поведения;

- характерен гибкий подход к проведению программы с целью адаптации ее к изменяющимся условиям, новым возможностям и задачам, а также вовлечению обучающихся в процесс планирования своей учебной деятельности, развивая у них на практике соответствующие навыки, т. е. формирование индивидуальной траектории обучения т. д.

Сегодня рынок делового образования делится на несколько категорий:

1) курсы повышения квалификации, имеющие узкую специализацию, например бизнес-аналитик;

2) узконаправленное обучение, например стратегический маркетинг в промышленности;

3) экспресс-семинары на различные темы, предназначенные для получения общих знаний в различных сферах, интенсив длится 3-4 дня;

4) обучение самоорганизации, например тайм-менеджмент;

5) программы MBA.

Выделим основные уровни современной модели бизнес-образования, сформированной с учетом специфических особенностей российских предприятий (построение оргструктуры по функциональной модели; знания должны соответство-

вать области функций, которые исполняет слушатель; разная продолжительность курсов для разных категорий слушателей):

1. Линейные менеджеры обучаются на 2-3-дневном тренинге с преобладанием практических методик.

2. Руководители отделов нуждаются в одно-, двухнедельном семинаре.

3. Руководители департаментов – двухмесячное обучение, в основном в части самых важных функций компании.

4. Топ-менеджеры – двух-, трехмесячное образование, существенная часть которого больше связана с внешними отношениями компании, с позиционированием на рынке и развитием [6].

Зона ответственности первых трех групп обучающихся связаны с работой внутри предприятия.

Следует выделить основные принципы, позволяющие добиться высокой эффективности при обучении руководителей:

- активность слушателей: широкое использование групповых методов работы и игровых процедур; настрой слушателей на то, чтобы внести свой вклад в групповые обсуждения, на активное участие в игровых процедурах. Минимизация использования в ходе обучения лекционной подачи материала и максимально широкое использование методов активного обучения (анализ практических ситуаций, деловые игры, тренинговые упражнения), требующих высокой личной включенности обучающихся в учебный процесс;

- ориентация на сопоставление получаемой в ходе занятий информации с уже имеющимся опытом слушателей, тесная связь содержания занятий с каждодневной управленческой практикой, что предполагает максимальную опору в процессе учебы на знания и опыт, которыми располагают руководители. Этой цели служат групповые обсуждения и задания, которые руководители в ходе обучения прорабатывают в малых группах;

- практическая направленность. Содержание учебных программ и используемые методы обучения должны быть направлены на практическое использование слушателями полученных знаний и навыков;

- командная работа. Основная задача руководителя состоит в организации работы других людей, поэтому овладение навыками командной работы имеет особое значение для руководителей и лиц, состоящих в резерве на руководящие должности. Руководители должны прочувствовать, что такое работа в команде. Обучение руководителей должно способствовать развитию навыков командной работы и повышению склонности к работе в составе команды;

- проектирование новых подходов к решению управленческих проблем. Командная работа по решению тех или иных управленческих проблем является формой моделирования в условиях аудитории ситуаций, которые встречаются в работе каждого руководителя. Проектная работа, выполняемая обучающимися в составе проектной группы из 4-6 человек, является формой закрепления полученных знаний и навыков командной работы. Группа получает определенную проблему, выявленную на основании проведенного анализа, которую слушатели должны проработать и дать предложения по ее решению. Проектная работа рассматривается как форма практического закрепления знаний, полученных в ходе обучения, т. е. проектная работа – это совместная работа членов учебной группы над конкретной проблемой [2].

Эффективность обучения зависит в первую очередь от выполнения/ невыполнения управленцами, прошедшими обучение, требований, предъявляемых руководством к управленческому труду. От этого зависит содержание программы обучения каждого уровня управления, предприятиям следует выработать собственные стандарты, нормативы должностного соответствия.

В. А. Мау выделяет новые тенденции в развитии спроса на бизнес-образование:

- обучение на протяжении всей профессиональной деятельности, повышение ценности новых знаний и компетенций по сравнению с формальным дипломом или степенью;

- увеличение спроса на более короткие по продолжительности и сконцентрированные во времени программы;

- рост значимости форм обучения. Все более популярной становится форма обучения «без отрыва от производства» (в вечернее время или модульная (2-недельные сессии один раз в квартал);

- четкое сегментирование слушателей. В программах MBA выделились программы «Executive MBA», предназначенные для топ-менеджеров и др.;

- организация функциональных специализаций программ MBA – MBA-маркетинг, MBA-финансы и т. п.;

- возрастание интернационализации программ MBA, выражающейся в росте иностранных студентов на этих программах [2].

Явной тенденцией современного делового образования является тот факт, что можно вести обучение он-лайн. В Интернете выложена информация об огромном количестве компаний, занимающихся предоставлением подобных услуг. Рынок делового образования, получаемого он-лайн, ежегодно растет. Согласно авторитетному сайту inc.com, американские компании, занимающиеся предоставлением делового образования, за последние три года увеличивают свою выручку на 500–7000%. В России данный показатель намного ниже, 200–1000%, но тенденции указывают на то, что рынок продолжает активно развиваться и в будущем российские компании

приблизятся по показателям выручки к компаниям США [3].

Он-лайн-обучение не является плохой заменой традиционному, офф-лайн образованию, скорее наоборот. Большинство компаний предоставляют услуги записи семинаров. Слушатель имеет возможность просмотреть запись обучающего занятия в любое удобное время. Это помогает экономить время и грамотно распоряжаться ресурсами. Все современные тенденции делового образования в России указывают на то, что в будущем человек сможет получать только нужные ему знания в кратчайшие сроки, знания будут качественными и актуальными, прохождение обучения – комфортным для жизни и работы, затраты на получение этих знаний – минимальными.

Экономическое процветание России невозможно без руководителей, владеющих современными знаниями, навыками и компетенциями успешного решения управленческих задач. Обучение и повышение квалификации руководителей должно являться доминантой и приоритетом практически в любой организации, если ставить цель – повышение конкурентоспособности российской экономики. Все это предъявляет новые требования к учебным программам и организационным формам реализации программ делового образования. А в глобальном масштабе можно говорить об изменении парадигмы бизнес-образования в условиях перехода к постиндустриальной экономике – экономике знаний.

Список литературы

1. Магура М. И., Курбатова М. Б. Чему и как учить руководителей? – http://www.hr-land.com/pages/chemu_i_kak_uchit_rukovoditeleyi_.html
2. Мау В. А. Тенденции развития бизнес-образования // Бизнес-образование. – 2008. – 2950.
3. Липпит Г., Липпит Р. Консалтинговый процесс в действии. – СПб. : Питер, 2007. – 208 с.
4. Потемкин И. В. Развитие управленческого консалтинга в России: динамика, проблемы, перспективы // Ассоциация менеджеров. – 2009. – С. 15.
5. Савушкин Э. Ю. Основные аспекты реализации консалтингового проекта // Маркетинг услуг. – 2007. – № 2.
6. Тихонов Д., Хазин М. Бизнес-образование: новая модель. – www.e-executive.ru
7. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Бизнес-образование>.

R. K. Kraineva*

**Kraineva Raisa, PhD in Economics, Associate Professor
of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_manager@tolgas.ru*

**BUSINESS EDUCATION: CURRENT STATUS
AND PROSPECTS**

Keywords: knowledge economy, business education, competencies, competitive advantages of the organization.

The article considers current state of business education services, the role and importance of knowledge and information in a postindustrial society and in conditions of knowledge economy.

© Крайнева Р. К., 2014

Региональная сфера услуг:
экономика, организация и управление

УДК 65; 338.465.2

Ю. Э. Аппанова*

**Аппанова Юлия Эдуардовна, ассистент*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

Julia.appanova@yandex.ru

**КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ
РЕСУРСНЫМ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ
СФЕРЫ УСЛУГ С ПОЗИЦИИ
ПРОЦЕССНО-ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПОДХОДА**

Ключевые слова: ресурсы, управление ресурсным обеспечением, предприятие сферы услуг, процесс управления ресурсным обеспечением.

Экономическая сущность деятельности предприятий сферы услуг заключается в преобразовании ресурсов в результаты, определяемые потребностями целевого рынка, функциональными особенностями, тактическими задачами и стратегическими целями деятельности в конкурентной среде. В современных условиях формирования новых, эффективных экономических отношений, удовлетворяющих потребности рынка, управление ресурсным обеспечением выступает важнейшей предметной сферой управления предприятием сферы услуг и базисным условием результативности его функционирования в целом.

Достижение конкурентных преимуществ и в целом эффективности функционирования предприятий сферы услуг должно осуществляться за счет полноценного и рационального использования всех имеющихся в распоряжении ресурсов. Ресурсное обеспечение затрагивает все сферы деятельности экономических субъектов и всегда представляет собой объект управления.

Управление ресурсным обеспечением предприятия сферы услуг следует рассматривать с позиции процессно-функционального подхода. Данный подход рассматривает управление как процесс, состоящий из ряда определенных последовательных и взаимосвязанных шагов – функций управления.

С позиции предложенного подхода управление ресурсным обеспечением предприятий сферы услуг определяется как итеративный процесс накопления, мобилизации и распределения ресурсов, выполняемый параллельно с реализацией функций мотивации, анализа, планирования, организации и контроля, направлен-

ный на оперативное и рациональное использование ресурсов для формирования потенциала и определения устойчивых конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе.

В авторском определении отражены процессный и функциональный аспекты управления ресурсным обеспечением, акцентирована направленность и согласованность процессов ресурсного обеспечения с целями деятельности предприятия, учтена его значимость в текущей деятельности и ориентация на долгосрочную перспективу развития предприятия сферы услуг.

В целях разработки методических аспектов реализации процессно-функционального подхода к управлению разработана концептуальная модель управления ресурсным обеспечением на предприятиях сферы услуг (рис. 1).

На первом этапе процесса управления ресурсным обеспечением на предприятии сферы услуг реализуется целевая функция, т. е. осуществляется постановка целей ресурсного обеспечения и мотивация персонала. Стороны, заинтересованные в дея-

тельности предприятий сферы услуг, ожидают, что руководство предприятия сдела-

ет все необходимое, чтобы увеличить ценность для этих заинтересованных сторон.

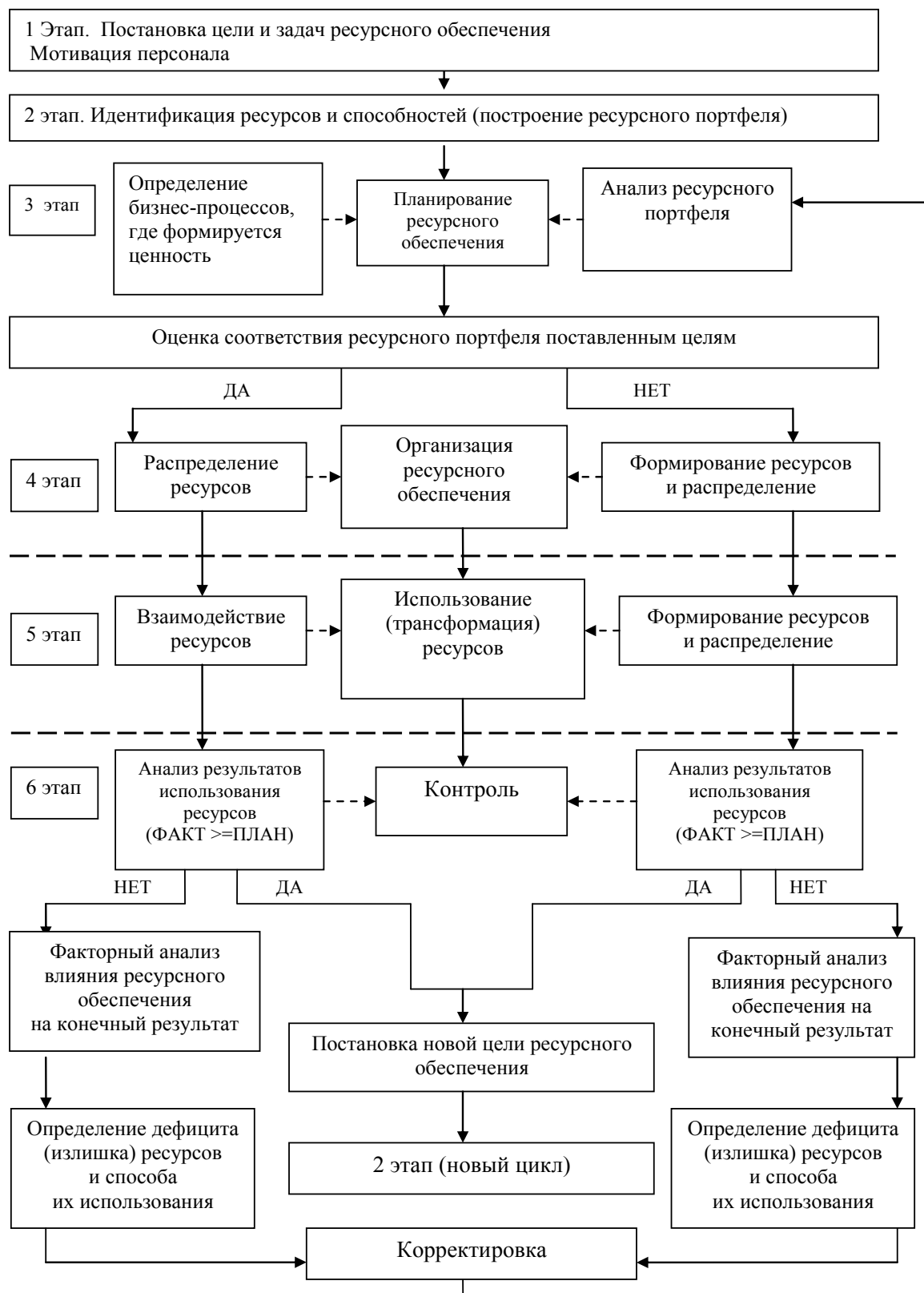


Рис. 1. Концептуальная модель управления ресурсным обеспечением на предприятии сферы услуг с позиции процессно-функционального подхода

Первым делом предприятие должно установить все заинтересованные стороны, их относительную важность и то, что будет пониматься под «ценностью». Заинтересованной стороной является любой,

кто может повлиять на результат, имеющий ценность для предприятия сферы услуг.

Целевая функция реализуется посредством последовательного выполнения операций в трех блоках (табл. 1).

Таблица 1

Операции, выполняемые на этапе реализации целевой функции

№ п/п	Этап процесса реализации целевой функции	Операции, выполняемые на этапе	Результат этапа
1	Анализ существующей стратегии предприятия сферы услуг	1. Определение эффективности действующей стратегии предприятия сферы услуг 2. Определение сильных и слабых сторон предприятия, возможностей и угроз 3. Оценка конкурентоспособности предприятия 4. Определение устойчивости конкурентной позиции предприятия по сравнению с основными соперниками 5. Выделение стратегических проблем предприятия сферы услуг	Определение желаемой стратегической позиции предприятия в настоящем и будущем, целей и задач развития предприятия сферы услуг
2	Анализ заинтересованных сторон	1. Сбор и накопление информации о заинтересованных сторонах 2. Осуществление мониторинга деятельности заинтересованных сторон 3. Разработка и выделение критериев классификации заинтересованных сторон 4. Классификация притязаний заинтересованных сторон 5. Определение степени важности заинтересованных сторон	Определение заинтересованных сторон в существовании предприятия и их относительной важности
3	Анализ ценности предоставляемых предприятием услуг в глазах заинтересованных сторон	1. Определение критериев, важных для заинтересованных сторон при взаимодействии с предприятием сферы услуг 2. Проведение анкетирования заинтересованных сторон 3. Обработка результатов анкетирования 4. Анализ ценности услуг, предоставляемых предприятием, в глазах заинтересованных сторон 5. Построение иерархической структуры атрибутов ценности заинтересованных сторон 6. Интерпретация иерархической структуры атрибутов ценности 7. Корректировка предложения предприятия сферы услуг	Выявление существенных характеристик и качественной структуры ценности для заинтересованных сторон в разрезе важности и приоритетности воспринимаемых ими свойств услуги, которые были бы ценны для них и могли бы дифференцировать предприятие в течение определенного времени

Итогом реализации целевой функции в процессе управления ресурсным обеспечением предприятий сферы услуг является постановка стратегического намерения в области повышения ценности предприятия в глазах заинтересованных сторон с выделением тактических задач.

Для достижения стратегической цели руководители предприятий сферы услуг должны иметь доступ к определенному ресурсному портфелю. Так, на втором этапе процесса управления ресурсным обес-

печением осуществляется идентификация ресурсов и способностей, находящихся в распоряжении предприятия. Содержательная характеристика данного этапа представлена на рис. 2.

Целью данного этапа является определение совокупности ресурсов, находящихся в распоряжении предприятия. Важным является ответ на вопрос: «К каким ресурсам предприятие имеет доступ в настоящее время?»

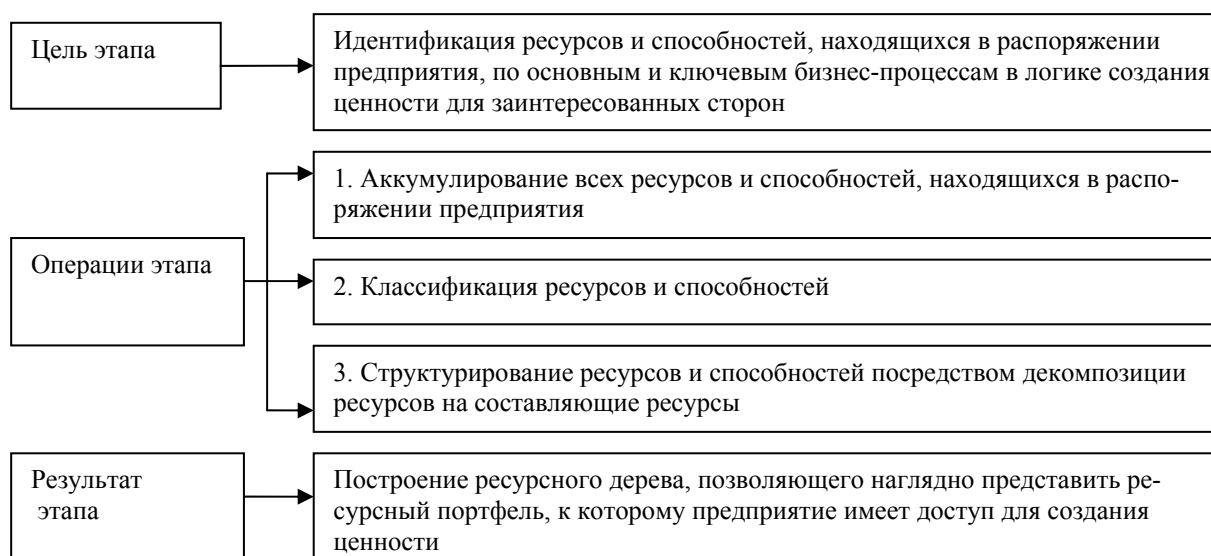


Рис. 2. Содержательная характеристика этапа по идентификации ресурсов и способностей

В качестве инструмента для схематического отображения ресурсного портфеля предприятия сферы услуг предлагается ресурсное дерево. Данный инструмент позволит предприятию идентифицировать ресурсы и способности и оценить на следующем этапе, какие из них необходимы для создания ценности.

Ресурсное дерево – это структура, которая позволяет шаг за шагом осуществлять декомпозицию общих групп ресурсов на составляющие ресурсы, до тех пор пока не будет достигнут нужный уровень дробления. Существуют четыре критерия для идентификации ресурса на каждом уровне декомпозиции [5].

Итогом данного этапа станет сформированный портфель, который в понятном виде позволит представить все ресурсы и способности, к которым предприятие имеет доступ для создания ценности.

Когда ресурсы определены и представлены в виде ресурсного портфеля, важно переходить к реализации функции планирования ресурсного обеспечения.

Цель данного этапа – выявить значение идентифицированных ресурсов, изображенных в виде ресурсного дерева, по их способности создавать ценность для заинтересованных сторон и степени участия в ключевых бизнес-процессах предприятия.

Так, в качестве основы для формирования ресурсов и способностей предлагается выделять бизнес-процессы, осуществ-

ляемые на предприятии сферы услуг, где формируется ценность предоставляемых предприятием услуг. Это создает условия для формирования их определенных устойчивых комбинаций и трансформационных механизмов для реализации ключевых бизнес-процессов предприятия.

Также на данном этапе управления ресурсным обеспечением необходимо убедиться в том, что правильные ресурсы в необходимом количестве и необходимого качества имеются в наличии у предприятия для создания ценности для заинтересованных сторон. По результатам данного этапа будет понятно, сможет ли предприятие сразу приступить к реализации выбранного стратегического намерения или необходимо приобрести дополнительные ресурсы.

Последовательность анализа ресурсного портфеля предприятиями сферы услуг представлена на рис. 3.

По результатам этапа планирования ресурсного обеспечения предприятие может оценить, находится ли его ресурсный портфель в соответствии с теми целями, которых предприятие пытается достичь, и если такое соответствие не приведет к достижению поставленной цели, выявить, какие действия следует предпринять. Следует отметить, что предприятие способно создавать ценность не только от его ресурсного портфеля и его потенциала, но и от его способности распределять и использовать имеющиеся ресурсы.



Рис. 3. Последовательность анализа ресурсного портфеля предприятиями сферы услуг

На следующем этапе управления ресурсным обеспечением осуществляется функция организации, целью которой является принятие решения относительно того, как должны задействоваться ресурсы для достижения желаемой позиции предприятия в будущем. Необходимо рассмотреть динамику того, как эти ресурсы используются.

На данном этапе определяются будущие трансформации ресурсов и составляется схема того, какие из них начинаются и заканчиваются в каждом из ресурсов самого нижнего уровня построенного ресурсного дерева.

Для того чтобы графически представить, как на предприятии осуществляется трансформация ресурсов для создания ценности, необходимо построение матрицы трансформации. Данная матрица отражает не только трансформацию ресурсов в процессе создания ценности, но и их зна-

чимось путем интегрального показателя для каждого вида ресурсов:

$$Ei = \sum Kij, \tag{1}$$

где Ei – интегральное значение трансформации i ресурса;

Kij – взвешенный индекс значимости трансформации i ресурса в j .

Матрица строится для текущего состояния и для желаемого устойчивого состояния в будущем, отражая перспективный характер данной методики.

На следующем этапе проводится анализ полученной структуры использования (трансформации) ресурсов предприятия. Данный этап реализуется посредством построения и анализа эффекторного графика, позволяющего определить, «какие ресурсы являются поглотителями ценности, а какие источниками ценности» [5]. Анализ эффекторного графика позволит определить возможности для совершенствования ресурсного обеспечения и на его

основании выстроить стратегию развития и дальнейшего функционирования предприятия.

Таким образом, процессно-функциональный подход, положенный в основу разработки концепции управления ресурсным обеспечением на предприятиях сферы

услуг, позволит акцентировать внимание на выделенных этапах процесса и параллельно реализуемых функциях управления, совершенствовать отдельные этапы и выстраивать стратегию развития и функционирования предприятия в долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. Гилева Т. А. Разработка инструментов управления нематериальными ресурсами предприятия с использованием компетентностного подхода // Вестник УГАТУ. Серия Экономика. – 2009. – № 3 (32). – Т. 12. – С. 57-65.
2. Катъкало В. С. Теория стратегического управления: этапы развития и основные парадигмы // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. – 2002. – № 32. – С. 20-42.
3. Магданов П. В. Интеграция структурно-функционального и программно-целевого подходов к управлению // Теория политики и управления. – 2010. – Вып. 1. – С. 83-102.
4. Осадник В. Значение интеграции рыночного и ресурсного подходов для стратегического управления предприятием // Управление предприятием. – 2001. – № 4. – С. 47-55.
5. Руус Й., Пайк С., Фернстрём Л. Интеллектуальный капитал: практика управления : пер. с англ. / под ред. В. К. Дерманова. – 3-е изд. – СПб. : Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. – 436 с.

Yu. E. Appanova*

**Appanova Yulia, assistant
of Volga Region State University of Service, Togliatti
Julia.appanova@yandex.ru*

CONCEPTUAL MODEL OF RESOURCE MANAGEMENT IN SERVICE COMPANIES FROM THE POINT OF VIEW OF PROCESS-FUNCTIONAL APPROACH

Keywords: resources, resource management, service companies, process of resource management.

The economic essence of the activities of service companies is to convert resources into products, stipulated by the needs of the target market, functional features, tactical goals and strategic business objectives in a competitive environment. In modern conditions of formation of new, efficient economic relations, satisfying market needs, resource management is considered as an important component of service company management and a basic condition of its effective functioning.

© *Аппанова Ю. Э., 2014*

УДК 338.354

Е. В. Башмачникова*

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

А. О. Яшина*

**Яшина Анна Олеговна, ассистент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
anega91@yandex.ru*

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Ключевые слова: сфера услуг, регион, условия, анализ, экономическое развитие, антикризисное управление, механизм.

Усиление кризисных рисков как предпосылка развития кризисных явлений составляет серьезную угрозу для предприятий в сфере услуг. Одним из действенных инструментов преодоления негативного влияния кризисных рисков служит использование технологий антикризисной направленности. В статье рассматриваются предпосылки и условия развития сферы услуг, а также факторы антикризисного управления в сфере услуг.

Основные направления развития региональной экономики и отдельных ее элементов характеризуются становлением постиндустриального общества, экономической основой которого является экономика знаний. Становление рыночных отношений привело к значительному увеличению числа организаций сферы услуг, а также дифференциации услуг исходя из растущих потребностей общества. Актуальность изучения сферы услуг также обусловлена вложением иностранного капитала в развитие рынка сферы услуг (по международным данным статистики, свыше 40% иностранных инвестиций вкладываются в развитие рынка сферы услуг).

Для современного этапа развития региональной экономики характерна ситуация, когда условия осуществления предпринимательской деятельности, в том числе и в сфере услуг, качественно меняются. Эти изменения предприятия сферы услуг ощущают постоянно, что повышает неопределенность хозяйственной ситуации на рынке и степень риска.

Одним из приоритетных сегментов отечественной экономики в настоящее время является сфера услуг, стоит отметить, что лидирующее положение сферы услуг среди других отраслей обусловлено

стабильным динамичным развитием таких направлений, как:

- оптовая и розничная торговля;
- ресторанный и гостиничный бизнес;
- ремонт автотранспортных средств;
- ремонт бытовых изделий и предметов личного пользования;
- операции с недвижимым имуществом;
- туризм;
- транспорт;
- связь.

Именно в сфере услуг функционирует наибольшее количество предприятий малого и среднего бизнеса, обеспечивающих занятость значительной части населения, что отражает в целом социально-экономическую тенденцию на региональном рынке. По объему товарооборота и прибыли среди ведущих отраслей сферы услуг лидирует оптовая и розничная торговля, в которой наиболее отчетливо проявляются тенденции подъема и спада потребительского спроса, перспективы развития рыночных отношений в сфере услуг в целом.

Экономическая целесообразность развития региональной сферы услуг определяется рядом основополагающих факторов: экономия материальных, трудовых, финансовых и энергетических ресурсов, времени, а также повышение качества обес-

печения потребителей за счет рационального сочетания разнородных функций в едином комплексе [2].

Также среди факторов экономической целесообразности можно выделить уровень экономической эффективности, получаемой в результате концентрации вспомогательных работ и операций, позволяющих обеспечить повышенную степень загрузки технологического оборудования и рабочей силы, повысить коэффициент использования перерабатываемой продукции, снизить совокупные запасы в районе обслуживания.

Источниками и предпосылками возникновения и развития деловых услуг в современных условиях являются [1]:

1. Разделение труда в сфере производства и обращения, которое продолжается и имеет тенденцию к углублению.

2. Специализация является главным и решающим фактором при создании необходимых условий для формирования сферы деловых услуг.

3. Наличие товарно-денежных отношений.

4. Уровень развития производительных сил, от которого зависят место, роль и значение деловых услуг в функционировании сложившегося типа экономики и рынка.

От состояния данных предпосылок зависят формы проявления услуг. Источники и предпосылки тесно связаны с необходимыми и достаточными условиями развития сферы услуг. Действующие в текущий момент условия определяют уровень развития сферы делового сервиса.

Необходимые и достаточные условия развития региональной сферы услуг представлены в табл. 1. Эволюционные факторы изначально и всегда определяют пути развития деловых услуг, их структуру и многие качественные параметры на глобальном (мировом) уровне. Стратегические факторы также относятся к глобальным, однако их действие рассматривается на более низком уровне – экономики отдельных стран или группы государств.

Таблица 1

**Необходимые и достаточные условия развития региональной сферы услуг
в современных условиях**

№ п/п	Условия развития региональной сферы услуг в современных условиях	Характеристика
1	2	3
1	Производственно-технологические условия	<ul style="list-style-type: none"> - Наличие соответствующей материально-технической базы, оснащённость необходимыми средствами и орудиями труда. - Достаточная энерговооружённость для осуществления необходимых работ и операций. - Наличие технологических разработок для осуществления соответствующей деятельности. - Восприимчивость к внедрению новых технологий и ноу-хау в процессе производства и реализации деловых услуг.
2	Экономические условия	
2.1	Организационно-экономические условия	<ul style="list-style-type: none"> - Формирование соответствующих структур для организации процесса производства и реализации деловых услуг. - Наличие юридического обеспечения договорно-правовых и внутрисистемных отношений. - Наличие источников финансирования. - Возможность организовать систему сбора, обработки и пользования информацией. - Возможность создать соответствующие системы учета, планирования и оперативного управления процессами производства и реализации деловых услуг. - Наличие системы контроля и регулирования сферы деловых услуг.

Продолжение табл. 1

1	2	3
2.2	Социально-экономические условия	<ul style="list-style-type: none"> - Наличие и подготовка соответствующих кадров. - Наличие систем организации труда и заработной платы, возможность выбора из них наиболее эффективных при определенных обстоятельствах. - Возможность и право сформировать комплекс организационных и экономических стимулов для удовлетворения соответствующих интересов в процессе развития производства и реализации деловых услуг

На процесс развития сферы услуг влияет множество факторов (табл. 2). В результате интеграции сферы производства и сферы обращения усложняются взаимные связи, усиливаются специализация, кооперация, диверсификация производственно-хозяйственной деятельности. Сохраняя внутреннюю сущность, происходит посте-

пенное приближение характера развития деловых услуг к характеру развития материального производства. На этой основе усиливается воспроизводственная взаимозависимость обеих сфер экономики, стирание отраслевых и территориальных границ между ними.

Таблица 2

Систематизация факторов, оказывающих влияние на развитие сферы услуг

№ п/п	Группа факторов, оказывающих влияние на развитие сферы услуг	Характеристика
1	2	3
1	Эволюционные факторы	<ul style="list-style-type: none"> - Характер развития материально-нематериального производства; - форма общественного строя и характер социально-экономических отношений; - урбанизация человеческой культуры (с точки зрения развития цивилизации); - экономия ресурсов, времени, усилий; - масштабы и текущая направленность научно-технического прогресса.
2	Стратегические факторы	<ul style="list-style-type: none"> - Степень разнообразия форм собственности в экономике; - отраслевая структура общественного воспроизводства; - уровень общественного разделения труда; - интеграция в сфере внешнеэкономических отношений.
3	Текущие факторы	<ul style="list-style-type: none"> - Характеризующиеся локальным масштабом и кратким временным периодом действия

Действие большинства факторов эволюционного и стратегического порядка будет в той или иной мере освещено применительно к разным аспектам развития деловых услуг, их маркетингу и менеджменту. Здесь же стоит сказать несколько слов о степени разнообразия форм собственности в экономике. Данный фактор имеет стратегическое значение как минимум с двух позиций. Во-первых, многоукладная экономика позволяет заполнить все поры в ткани социально-экономических отношений, предоставить производителям, потребителям и различного рода посредникам большой выбор альтернатив в самом ши-

роком смысле. С этой позиции стратегическая ценность данного фактора состоит в том, что в сфере профессионального обслуживания гарантируется постоянная деловая активность участников рынка. Степень данной активности, конечно, зависит от структуры форм собственности, но в любом случае макроэкономические результаты всегда прогрессивны и имеют тенденцию к улучшению.

Во-вторых, разнообразие форм собственности рано или поздно приводит к преобладанию частного капитала в экономике. Чем раньше это случится, особенно по отношению к деловому сервису, тем луч-

шие стратегические перспективы можно ожидать. Хорошим примером этому служит США. По мнению самих американских экспертов, их страна стала передовой во многом благодаря созданию развитой инфраструктуры – сферы профессионального обслуживания, в которой приоритетными являются транспортные, коммуникационные и финансовые отрасли деловых услуг. Причем подчеркивается тот факт, что среди продуцентов этих услуг, а также среди производителей энергоресурсов подавляющее большинство составляют частные хозяйственные структуры. Это является безотказным стимулом для инвестиций и инноваций. Частный, а не государственный капитал сделал американскую инфраструктуру самой передовой в мире, и она продолжает развиваться. Следует отметить, что действие текущих факторов может оказывать очень сильное и прямое позитивное или негативное влияние на развитие сферы услуг. Особенно активны в этом смысле законодательные и конкурентные факторы.

Серьезным фактором текущего характера, определяющим пути и формы развития в первую очередь услуг, является иностранная конкуренция. Большое влияние на развитие деловых услуг оказывает психологический фактор. На многих предприятиях и в организациях менеджеры и чиновники уже избегают заниматься второстепенными с их точки зрения делами, даже если они могут быть хорошо выполнены без привлечения чьей-либо помощи. Кризисные явления и нестабильность экономической конъюнктуры являются факторами отрицательного воздействия и в большей степени оказывают негативное воздействие на предприятия малого и среднего бизнеса, повышают риск приостановления не только их деятельности, но и организаций обслуживающей их инфраструктуры. Одним из действенных инструментов преодоления их негативного влияния служит использование современных инновационных технологий в управлении, в том числе технологий антикризисной направленности. Актуальность их применения обусловлена тем, что они определяют эффективность процесса управ-

ления предприятием и процедуры принятия соответствующих решений. Системный кризис 2008–2009 гг. в РФ продемонстрировал стратегическую значимость разработки проблем антикризисного управления.

Сфера услуг в современной российской экономике лидирует по количеству предприятий малого и среднего бизнеса, объемам прибыли в сравнении с другими отраслями народного хозяйства. Данный факт подтверждается данными Федеральной службы статистики, на 1 января 2013 г. число малых предприятий (без микропредприятий) по всем отраслям экономики составило 238,1 тыс., из них на долю предприятий сферы услуг приходится 152,8 тыс. Всего оборот малых предприятий составил 15116,3 млрд руб. Совокупный доход предприятий сферы услуг составил 11247 млрд руб. Количество микропредприятий по итогам 2012 г. составило 1758873 ед., а оборот – 8349639902 руб. Из них численность предприятий сферы услуг составляет 1306910 ед., а оборот – 6751657741 руб. Эти показатели свидетельствуют о значительном преобладании предприятий сервисного сектора над остальными отраслями малого бизнеса. В течение последних трех лет на рынке услуг населению преобладают в основном жилищно-коммунальные, транспортные услуги и услуги связи.

Устойчивое рыночное положение и дальнейшее совершенствование деятельности предприятий сферы услуг во многом определяется их способностью преодолевать негативные последствия кризисных ситуаций.

По результатам статистического обследования деловой активности в сфере услуг за 2012 г., представленным Росстатом, определились факторы, ограничивающие деятельность предприятий, характерные для всех направлений сферы услуг: недостаточный спрос на данный вид услуг, существующий уровень налогообложения, недостаток квалифицированного персонала. Эти факторы рассматриваются в исследовании как потенциальные факторы антикризисного управления, наличие которых подразумевает разработку антикризисных мероприятий на предприятиях

в отраслях сферы услуг. Серьезную угрозу стабильному развитию предприятий сферы торговых услуг в настоящее время составляют такие общеэкономические факторы, как недостаток финансовых ресурсов, высокий уровень налогов, арендной платы и конкуренции в отрасли, снижение платежеспособности потребителей. В группу специфических факторов входят низкая инвестиционная активность и зависимость от внутреннего спроса.

Изменение конъюнктуры внутреннего рынка, связанное в основном с колебаниями спроса и предложения на услуги, а также влияние мирового рынка на экономику государства являются глобальными факторами антикризисного управления

(рис. 1). Существенное влияние оказывает группа факторов внешней и внутренней среды предприятий сферы услуг. Взаимосвязь глобальных факторов с этой группой факторов определяет характер возможных последствий наступления кризиса – положительных или отрицательных. С целью обеспечения положительных последствий необходимо принятие эффективных управленческих решений, которые должны разрабатываться с учетом современных управленческих концепций. Антикризисные мероприятия, реализуемые в рамках механизма принятия решений, являются основой процесса преодоления негативного воздействия кризисных ситуаций на предприятиях сферы услуг [1].



Рис. 1. Факторы антикризисного управления в сфере услуг

Экономика знаний выступает одновременно как благоприятной средой возникновения кризисных ситуаций в деятельности предприятий сферы услуг, так и средством их преодоления. В рамках Стратегии инновационного развития России на период до 2020 года предполагается усиление сектора малого и среднего бизнеса, так как именно здесь иницируются и осуществляются наиболее привлекательные и перспективные инновационные проекты. На этапе современного экономического кризиса значительно обостряется внешняя среда, что увеличивает ве-

роятность негативных последствий рисков. В этом заключено главное противоречие и особенность процесса инновационного обновления. Следует принимать во внимание тот факт, что кризисные риски в деятельности малого и среднего бизнеса являются важнейшим фактором антикризисного управления в сфере услуг.

В период кризиса предприятия в сфере услуг в большей степени подвержены воздействию конкретных видов кризисных ситуаций, возникающих в результате наступления кризисных рисков (внутренней и внешней среды) (рис. 2) [3].

ФАКТОРЫ КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ

Кризисные риски внутренней среды			Кризисные риски внешней среды	
Коммерческие	Снижение объемов прибыли, убытки, в том числе денежные кражи	↔	Рыночные	Колебание спроса на товары и услуги, жесткая конкуренция в отрасли, кризисные явления рыночной среды
Имущественные	Ущерб и утрата имущества, в том числе в результате пожара, кражи		Нормативно-правовые	Частые изменения в законодательстве, регулирующем деятельность малого бизнеса, нарушения в исполнении закона, коррупция
Ресурсные	Отсутствие или нехватка необходимых ресурсов, препятствия в их получении		Финансовые	Повышение налога НДС, взносов в ПФ РФ, арендной платы
Кадровые	Нехватка или увольнение квалифицированных работников		Валютные	Повышение курса иностранной валюты по отношению к рублю
Маркетинговые	Снижение объема продаж, сужение каналов сбыта, распространения рекламы		Банковские	Повышение процентных ставок по кредитам и займам
Инновационные	Неприятие нового продукта или услуги потребителем, ошибка в расчете эффективности и сроках выхода на рынок		Социальные	Рэкет, снижение потребительской активности ввиду низкой платежеспособности населения
Управленческие	Ошибочное решение, выбор пути выхода из кризисной ситуации		Природно-климатические	Срывы и задержки доставки ресурсов, перевозки клиентов
Организационные	Отсутствие гибкости организационной структуры фирмы, низкая корпоративная культура, неграмотное распределение обязанностей		Демографические	Ограничение возможностей для бизнеса из-за неравномерной урбанизации, тенденции снижения численности населения по конкретным возрастным группам
Инвестиционные	Неверный расчет вложений в конкретный проект, издержки и отток капитала из отрасли		Политические	Ограничение возможностей для бизнеса (свертывание направления бизнеса) в связи с введением санкций и запретов
Транспортные	Вывод из строя транспортной системы, срывы и задержки доставки грузов	↔	Экологические	Ограничение возможностей для бизнеса, вызванное экологической катастрофой

Рис. 2. Факторы возникновения кризисных ситуаций на предприятиях в сфере услуг

Негативные проявления кризисных ситуаций, возникающих в результате наступления кризисных рисков, в большей степени затрагивают финансовое состояние предприятий малого и среднего бизнеса [2]. Антикризисное управление возникает на основе именно таких ситуаций, поэтому в целях их нивелирования необходимо применять комплекс конкретных мероприятий. В ходе исследования можно определить следующие пути нивелирования угроз кризисных ситуаций на этапе формирования инновационной экономики:

– своевременное и адекватное реагирование всех систем предприятия на изменение рыночной конъюнктуры в сфере услуг и экономике в целом, и в первую очередь на кризисные ситуации. Здесь необходимо использование современных инструментов антикризисного управления, прежде всего диагностики выявленных кризисных рисков и анализа возможных вариантов их нивелирования. Руководитель сервисного предприятия в процессе антикризисного управления должен быть осведомленным и компетентным во всех направлениях деятельности, подвергать личному контролю реализацию основных процессов. В период наступления кризиса важно скоординировать работу ответственных лиц и подразделений в соответствии с разработанным планом и постоянно отслеживать текущую ситуацию;

– повышение конкурентоспособности предприятия за счет улучшения качества предоставляемых услуг и совершенствования обслуживания потребителей. Основными критериями конкурентоспособности выступает качество услуг, их соответствие установленным стандартам качества, применение современных методов маркетинговых исследований потребительского спроса и предпочтений отдельных групп потребителей, наличие постоянного канала связи с потребителем, набора персонифицированных услуг. Наряду с этим повышению конкурентоспособности предприятия способствует следование современному принципу ведения бизнеса – *fairplay* – свободной и открытой добросовестной конкуренции, подразумевающей наличие надежной и прозрачной информации о компании, соблю-

дение правовых норм, регламентирующих рынок. На этапе формирования инновационной экономики конкурентоспособность определяется не только вышеназванными критериями. Она включает в себя и так называемый гудвилл – имидж, репутацию предприятия, степень лояльности потребителей по отношению к его услугам и продукции, известность корпоративного бренда, которые в совокупности определяют рыночный вес предприятия и его место в отрасли. Малый и средний бизнес в сфере услуг осуществляет свою деятельность на фоне усиления внутриотраслевой конкуренции ввиду востребованности различных услуг среди населения. Данные по результатам деятельности сервисных предприятий в кризисный период свидетельствуют о том, что наиболее успешными были те организации, которые предлагали потребителю качественный продукт на основе системы дифференцированного ценообразования и имели постоянную клиентскую аудиторию;

– создание собственного финансового резерва предприятия, компенсирующего издержки и ущерб в период наступления кризиса и предотвращающего угрозу его банкротства, в настоящее время является действенным инструментом антикризисной безопасности малых и средних форм предпринимательства;

– использование передовых технологий и инноваций в процессе осуществления хозяйственной деятельности, и в том числе принятия управленческих решений, упрощает процедуру обслуживания потребителей и обеспечивает предприятие необходимыми ресурсами. Для малого и среднего бизнеса в сфере услуг характерно использование новых информационных и информационно-управленческих технологий. Сфера услуг является благоприятной средой для внедрения различных инноваций, в том числе и смелых инновационных проектов. Сейчас это востребовано современным рынком, особенно в рамках ВТО. Интеграция России в мировое экономическое пространство способствует развитию внутриотраслевой конкурентной среды, повышению конкурентоспособности услуг;

– эффективный мониторинг рынка и отрасли в процессе реализации антикризисной политики предприятия позволяет своевременно и оперативно выявлять спады и подъемы рыночной конъюнктуры, количество предприятий-банкротов. На основе полученных данных руководство фирмы может составить прогноз и разра-

ботать комплекс антикризисных мероприятий. Как показывает практика ведения бизнеса, риск в большинстве случаев не предсказуем, но вместе с тем его можно предвидеть и минимизировать негативные последствия, проводя грамотную антикризисную управленческую политику.

Список литературы

1. Бир М. Деятельность и управление (Социологический анализ). – М. : Экономика, 2011. – 256 с.
2. Войфел Ч. Асимптотические модели для прогнозирования долгосрочной экономической динамики // Экономика и математические модели. – 2011. – № 4.
3. Дискин И. Ступени перехода // Стратегия России. – 2012. – № 11.
4. Лапуста М. Определение характера финансовой устойчивости предприятия // Антикризисное и внешнее управление. – 2012. – № 2.
5. Маннапов Р. Г., Берешева Л. А. Управление человеческими ресурсами в организациях сферы услуг: научные основы формирования и развития : монография / под ред. Р. Г. Маннапова. – М. : МАКС Пресс, 2011. – 176 с.
6. Мильнер Б. Управление интеллектуальными ресурсами // Вопросы экономики. – 2008. – № 7. – С. 129-140.
7. Рагулина Ю. В. Особенности управления знаниями в промышленных организациях // Управление экономическими системами на различных уровнях хозяйствования в условиях экономического кризиса : сб. ст. науч.-практ. конф. – Ростов н/Д, 2009. – 102 с.

E. V. Bashmachnikova*

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

A. O. Yashina*

**Yashina Anna, assistant of Volga Region State University of Service, Togliatti*
anega91@yandex.ru

REGIONAL SERVICES DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS

Keywords: service, region, conditions, analysis, economic development, crisis management, mechanism.

Strengthening of crisis risks as prerequisite for the development of crisis effects is a serious threat for the companies of the service sector. One of the most effective means of overcoming the negative impact of the crisis is the use of anti-crisis technologies. The article considers prerequisites and conditions for the development of service sphere, as well as factors of crisis management in the service sector.

© Баשמачникова Е. В., Яшина А. О., 2014

УДК 338.465.2

П. В. Корчагин*

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

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

eokd@tolgas.ru

СПЕЦИФИКА ПРОДВИЖЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ УСЛУГ В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Ключевые слова: продвижение, реализация, услуг, профессиональное обслуживание.

Формирование и развитие структуры системы продвижения и реализации в сфере профессионального обслуживания зависит от соотношения спроса и предложения не только на отраслевом, но и на профильном рынке. Следует отметить, что производители деловых услуг, несмотря на большую зависимость от объективных и субъективных факторов, одновременно имеют и больше возможностей контролировать спрос и предложение на свою продукцию, чем производители материальных товаров. Характеристики и особенности услуг как специфического товара обязывают провайдеров серьезнее относиться к разработке стратегий, обеспечивающих согласование спроса и предложения.

Продвижение и реализация деловых услуг в рамках оптимизации спроса и предложения включает разнообразную деятельность в достижении консенсуса между провайдерами и клиентами по целям, интересам, информационному обеспечению, финансовым взаимоотношениям и т. д.

Остановимся на наиболее часто используемых способах и средствах согласования спроса и предложения в сфере профессионального обслуживания. Во-первых, осуществлять маркетинг «дополнений» (услуг, сопутствующих материальных товаров, атрибутики) к имеющимся у провайдеров моделям предложений в периоды снижения спроса. Во-вторых, осуществлять маркетинг новых моделей предложений, на которых не сказываются ограничения по внутренним и внешним возможностям. Также следует отметить, что необходимо обучать торгово-исполнительский персонал совмещению производственно-коммерческих функций. В-третьих, нанимать временных сотрудников в периоды повышения спроса. В-четвертых, проводить гибкую ценовую политику путем оперативного управления ценами с помощью наценок, скидок и компенсаций в периоды изменений конъюнктуры на целевом рынке. В-пятых, ввести систему предварительных заказов на услуги делового характера, а также стандартизировать про-

цессы реализации и производства-потребления услуг. В-шестых, увеличить скорость обслуживания за счет использования технических средств и автоматизации некоторых работ, что позволяет удовлетворить потребности большего числа клиентов за определенный период.

Многие из перечисленных способов и средств не только помогают согласовать спрос и предложение на рынке, но и значительно повысить производительность труда в процессе обслуживания. То есть провайдеру необходимо учесть, что повышение производительности труда не должно вести к снижению уровня профессионального обслуживания клиентов. На это следует обращать особое внимание, так как многие способы и средства, используемые с этой целью, приводят к обезличиванию моделей предложений и снижению качества услуг, что отрицательно сказывается на восприятии их покупателями.

Обезличивание моделей предложений и снижение качества услуг в сфере обслуживания имеет экономический аспект. Мотивы приобретений у клиентов потребительской и деловой среды различны. Если потребительские покупки обычно вызываются желанием отдельного человека получить личное удовлетворение, то деловые покупки субъекта хозяйствования, предпринимателя или функционера –

экономическими выгодами. Как правило, покупки деловых клиентов связаны с большим риском, чем покупки физических потребителей.

Во-первых, неудачный выбор провайдера, вида услуги, модели предложения может нанести серьезный ущерб заказчику.

Во-вторых, решение о приобретении пакета деловых услуг, создании системы обслуживания на основе долгосрочного контракта влекут за собой большие финансовые расходы, которые в зависимости от эффективности распоряжения ими могут позитивно или негативно повлиять на повседневную работу предприятия (организации), рентабельность, выживаемость в условиях рынка.

Поэтому продуценту деловых услуг, прежде чем использовать что-либо из инструментария согласования спроса и предложения или повышения производительности труда, необходимо проанализировать, каким образом тот или иной способ (средство) отразится на потенциальных потребителях. Сложившаяся на определенный момент ситуация может измениться, а последствия действий провайдера могут сказываться долгое время уже в иных условиях и при иных обстоятельствах.

Для разработки и формирования системы продвижения и реализации деловых услуг провайдеру необходимо учесть комплекс определяющих факторов:

- Маркетинг и продвижение взаимозависимы.

- Размер предприятия, оказывающего услуги делового характера, определяет направленность выбора в маркетинге, так как многие мероприятия приемлемые для крупного провайдера не могут быть использованы малыми предприятиями и наоборот.

- Основной побудительной причиной приобретения деловых услуг клиентами является экономическая целесообразность с их позиций, а не с позиций провайдера.

- Территориальное расположение производителя деловых услуг должно определяться местоположением целевых клиентов.

- Календарное планирование объемов, содержания, последовательности и качест-

ва работ должно быть зависимо в первую очередь от клиентов.

- Производительные мощности провайдеров, оказывающих стандартизированные услуги, должны быть ориентированы на спрос, а провайдеров, оказывающих дифференцированное обслуживание, – на дальнейшую индивидуализацию спроса.

- Персонал, контактирующий с клиентами, должен быть соответственно обучен и обладать навыками общения с различными потребителями в различных, в том числе необычных и чрезвычайных, ситуациях.

- Оценка эффективности работы торгового персонала должна быть адаптирована к текущим условиям функционирования провайдера и рыночной конъюнктуре.

Маркетинг деловых услуг очень специфичен. Отличительные особенности проявляются особенно ярко при формировании системы продвижения и реализации. Услуги не могут существовать до и после их предоставления. Это означает, что услуги создаются в процессе определенной деятельности, имеющей множество ограничений. Поэтому до предоставления участникам сделки приходится оперировать ожидаемыми выгодами и обещаниями, а после предоставления услуг – полученными выгодами.

То, что услуги представляют собой формы деятельности, а не материальные вещи, обуславливает специфику их продвижения на рынке и адресную реализацию на основе предварительной взаимной идентификации клиентов и производителей.

В процессе выбора провайдера, нужной услуги или модели предложения потребители сталкиваются с проблемой идентификации. Они не могут сравнить продукцию по тем параметрам, которые используются при сравнении материальных товаров. Процессы сравнений осуществляются на основе ассоциативных категорий: интересов, целей, ожиданий, возможностей, обещаний, внешнего представления и т. д. Более конкретно воспринимаются цены. Однако и они не могут дать полного и однозначного представления о продукции. Таким образом, сравнения осложняются даже в тех случаях, ко-

гда объектами являются сходные предложения конкурирующих фирм. Исходя из этого производитель при формировании системы продвижения и реализации должен особое внимание уделять ассоциативным категориям и стремиться придать им некую материальную форму, наиболее приемлемую потенциальными клиентами. Поиск и реализация этих форм является важной задачей в деятельности любого провайдера сферы обслуживания.

Прежде чем приступить к формированию, а в дальнейшем к совершенствованию системы продвижения и реализации услуг, необходимо всесторонне проанализировать эффективность работы провайдера с уже имеющимися клиентами.

Существенную роль в формировании системы продвижения и реализации деловых услуг играет то, насколько провайдер понимает зависимость каждого факта производства и потребления услуги (модели предложения) не только от возобновляемости потребностей у клиентов, но и от степени их удовлетворенности. Удовлетворенный деловой клиент в силу экономической целесообразности склонен налаживать соответствующие взаимоотношения с одним и тем же оправдывающим его ожидания производителем услуг. То есть в деловом сервисе проявляется инертность привязанностей. Однако в силу той же экономической целесообразности каждый потребитель регулярно сравнивает получаемые им и предлагаемые ему в очередной раз модели предложений как по отношению к одному и тому же производителю, так и по отношению к конкурирующим фирмам. Процесс сравнения является неотъемлемой частью поведения деловых клиентов при принятии соответствующих решений и осуществлении выбора.

Если клиенты удовлетворены предыдущими покупками и их ожидания существенно не изменились, то задачи сравнения, продвижения и реализации упрощаются. Если же клиенты не удовлетворены предыдущими покупками или меняются их интересы и ожидания, то задачи сравнения, продвижения и реализации усложняются. В связи с этим провайдеры должны мимикрировать свои системы продви-

жения и реализации в соответствии со складывающимися обстоятельствами и не останавливаться, успокаиваясь на достигнутом.

Клиентов нужно рассматривать как приоритетный комплексный фактор, обуславливающий диалектику корпоративных систем продвижения и реализации услуг. В то же время, занимаясь очередными продажами, провайдеры желают соблюсти собственные интересы. Они также сравнивают текущие условия и факторы с теми, которые ранее способствовали получению выгоды. Несмотря на то что инертность привязанностей свойственна провайдерам не менее, чем клиентам, производители услуг все же стремятся при организации мероприятий по доведению своих предложений до потенциальных потребителей и формировании производственно-хозяйственных связей получить приемлемый для себя результат. Следовательно, динамичность корпоративных систем продвижения и реализации деловых услуг зависит не только от удовлетворенности клиентов, но и от степени удовлетворенности интересов провайдеров. То есть сами производители услуг выступают другим равноценным по важности комплексным фактором, инициирующим изменения систем продвижения и реализации услуг. Очевидно, что взаимодействие двух комплексных факторов вызывает постоянные интерпретации в структуре и качестве корпоративных систем продвижения и реализации услуг, а это, в свою очередь, обязывает провайдеров проявлять творчество не только в области маркетинга, но и в менеджменте в целом. Несмотря на то что корпоративные системы продвижения и реализации в сфере профессионального обслуживания у каждого производителя отличны, тем не менее можно выделить обобщающие характеристики, которые специфичны в этой области только для маркетинга деловых услуг.

1. Неосвязаемость и повышенная неопределенность качества услуг как до, так и после их получения ставит в зависимость клиентов от провайдеров.

2. Повторяемость потребностей и инерция являются важнейшими факторами возобновляемости хозяйственных связей.

3. Эффективность продвижения и реализации деловых услуг зависит от согласования провайдерами своих мероприятий со взглядами на экономическую целесообразность своих потенциальных клиентов.

4. Совместимость процессов производства и потребления услуг делает оценки провайдеров и их предложений с позиции клиентов субъективными, а значит, индивидуальными, непостоянными и часто противоречивыми. Для формирования эффективных систем продвижения и реализации деловых услуг четкого выделения провайдерами своих целевых рынков недостаточно. Необходимо, чтобы эти системы строились на основе соответствия другим – системам восприятия у потребителей.

Чтобы эффективнее использовать элементы системы продвижения и реализации деловых услуг, применять способы согласования спроса и предложения на отраслевом или территориальном рынке с учетом комплекса определяющих факторов, почти все продуценты в сфере профессионального обслуживания прибегают к своеобразной маркетинговой тактике. Ее сущность заключается в том, что производители, оказывающие услуги делового характера, обычно не обрывают контакты с клиентом после предоставления ему услуг. За каждой выделенной группой заказчиков закрепляется специальный сотрудник, который постоянно общается с представителями предприятий-клиентов, узнает об их реакции на полученные услуги, пытается выявить все нюансы изменений повторных запросов клиентов на ту или иную модель предложения. Неосязаемость и неопределенность параметров деловых услуг сводит все подходы по продвижению деловых услуг к трем основным формам:

1. Создание материального представления услуги (модели предложения).

2. Ассоциация неосязаемой услуги с осязаемым объектом, легко предоставляемым клиентами.

3. Больше уделять внимания взаимоотношениям между продавцом деловой услуги и клиентам, уходя от ее неосязаемости.

Многие услуги и модели предложений делового характера характеризуются высокими издержками и низкой надежно-

стью. Одним из способов решения этих проблем является индустриализация услуг с использованием твердой, мягкой и смешанной технологии. *Твердые технологии.* Их сущность заключается в замене людей, непосредственно связанных с выполнением работ и операций по оказанию услуг, специализированным оборудованием. *Мягкие технологии.* Они заключаются в замене отдельных идентифицированных услуг заранее запланированными комплексами. *Смешанные технологии.* Они имеют наиболее индустриальный характер, так как одновременно сочетают твердые и мягкие технологии.

Следует отметить, что твердые, мягкие и смешанные технологии могут быть использованы лишь по тем услугам (моделям предложения), которые способны к стандартизации. В то же время, усиливая данную способность по отношению к отдельному продуценту, они более четко определяют товарную дифференциацию в отношении нескольких (группы) провайдеров. Твердые и смешанные технологии наряду с упрощением процессов производства-потребления помогают значительно снизить частоту и степень контактов между продуцентами и потребителями деловых услуг. Мягкие технологии, наоборот, ведут к расширению контактных функций. Выбор и предпочтения зависят от целеполагания участников процессов купли-продажи, производства-потребления.

Индустриализация производства-потребления стандартизированных деловых услуг помогает распространить соответствующие процессы и на системы продвижения и реализации. Однако многие услуги (модели предложения) по своему содержанию являются исключительно идентифицированными и не поддаются унификации. В этом случае при формировании своих систем продвижения и реализации провайдеры должны помнить, что определяющую роль могут сыграть степень сложности модели предложения и уровень квалификации специалистов, выполняющих соответствующие работы и операции.

Установлено, что в отношении сложных моделей предложений, предусматривающих:

- наличие высокой квалификации, опыта, профессиональных знаний и навыков;

- разнородный труд большого числа исполнителей в рамках организации целенаправленно согласуемой деятельности;

- использование сложного, дорогостоящего оборудования и т. п.,

- деловые клиенты проявляют большую осторожность и избирательность при выборе провайдера, но зато меньшую требовательность к конечным результатам. Это объясняется несколькими причинами: неинформированностью или слабым пониманием технологии производства услуг, высокой трудоемкостью и стоимостью услуг в случае самообслуживания и т. д. В подобных ситуациях клиенты, как правило, относятся к продуцентам услуг как своего рода экспертам, на чьи знания и опыт они могут положиться. Поэтому они ищут лучших специалистов, обращаясь предварительно за советом к тем, кому доверяют, или узнавая мнение тех клиентов, которые уже воспользовались подобными услугами. Для менее сложных услуг, не требующих повышенной квалификации, большого числа исполнителей или особого оборудования, набор возможных альтернатив у потенциальных клиентов гораздо шире вплоть до самообслуживания. Если принято решение воспользоваться услугами специализированных структур, ориентированных на профессиональное обслуживание с указанными характеристиками, то заказчики обычно проявляют меньшую осторожность и избирательность при выборе соответствующих провайдеров, но зато большую требовательность к конечным результатам.

Индустриализация деловых услуг накладывает заметный отпечаток на формирование системы продвижения и реализации еще в одном аспекте.

Если процессы производства и потребления деловых услуг трудно поддаются стандартизации, а процессы продвижения не могут быть диверсифицированы между несколькими фирмами, то маркетинг провайдера не предполагает привлечение различного рода посредников. Ему приходится все – «от» и «до» – осуществлять самому. Однако, как известно, по за-

кону баланса сил недостатки в одном должны быть компенсированы преимуществами в другом. В этом маркетинг деловых услуг не исключение. При рассматриваемых обстоятельствах провайдер получает следующие преимущества:

- Оказывается прямое воздействие на потенциальных клиентов, которое может быть усилено или ослаблено по отношению к заказчикам в зависимости от ситуации.

- Провайдеры могут лучше изучить структуру, состояние и диалектику отраслевых и территориальных рынков, на которых им приходится работать, в целом и свою целевую клиентуру в частности.

- Между провайдерами и их клиентами налаживается тесное сотрудничество, часто переходящее в высшее качество – партнерство.

- Провайдеры могут углубить исследования и совершенствовать разработки, направленные на улучшение структуры, стабилизацию качества или дальнейшую индивидуализацию свойств своих моделей предложений.

- Ускоряется цикл продвижения и реализации услуг, что влечет за собой ускорение капиталоборота и, в конечном итоге, увеличение общей суммы прибыли.

Резюмируя проблематику формирования и совершенствования корпоративных систем продвижения и реализации деловых услуг, обращаем внимание на апробированные в разных условиях и хорошо зарекомендовавшие себя аспекты:

1. Деятельность по созданию благоприятных условий продвижения и реализации деловых услуг должна планироваться. Планы (программы) должны быть многовариантными и комплексными.

2. Работа по продвижению и реализации деловых услуг должна быть творческой. Необходимо искать и воплощать новые идеи, привлекать для этого сотрудников, клиентов, союзников по альянсу, использовать опыт конкурентов.

3. Деятельность провайдеров по продвижению и реализации требует больших затрат и интенсивных усилий, которые иногда не меньше, чем затраты на производство самих услуг. Поэтому каждый, кто

работает на фирме или сотрудничает с ней, работу по созданию соответствующих благоприятных условий должен включить в круг своих прямых обязанностей.

4. Деятельность провайдеров по продвижению деловых услуг на рынке должна быть разносторонней и постоянной, так как на различных руководителей фирм-клиентов действуют различные «раздра-

жители» и стимулы. Одни больше доверяют рекомендациям, другие склонны обращать внимание на рекламу, третьи делают свой окончательный выбор, получив личное послание, и т. д. Производители должны использовать различные методы воздействия для привлечения и удержания клиентов.

Список литературы

1. Аверин И. Экспорт услуг – резервы и проблемы // Коммунист. – 1989. – № 5. – С. 107-109.
2. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия : учебник для вузов. – М. : ИНФРА-М, 1999.
3. Багрин Ю. Интернет как новый маркетинговый канал. Возможности украинского сегмента Сети // Маркетинг и реклама. – 1999. – № 11.
4. Бальтасар Г. Карманный оракул. Критикон : пер. с исп. – М. : Наука, 1984. – (Серия «Литературные памятники»).
5. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – 3-е изд., стер. – М. : Институт новой экономики, 1998.

P. V. Korchagin*

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

PECULIARITIES OF PROMOTION AND PROVIDING SERVICES IN SPHERE OF PROFESSIONAL SERVICE

Keywords: promotion, providing, service, professional service.

Formation and development of the system of promotion and providing professional services depend on the supply and demand, not only on the industrial but also on the profile market. It should be noted that providers of business services, in spite of the strong dependence on objective and subjective factors, at the same time have more control over the supply and demand for their products than producers of tangible goods. Characteristics and features of services as a specific product require from the providers serious attitude to the strategies, ensuring coordination of supply and demand.

© Корчагин П. В., 2014

УДК 631.145

Н. А. Медведева*

**Медведева Наталья Александровна, кандидат экономических наук, доцент*

*Вологодская государственная молочно-хозяйственная академия им. Н. В. Верещагина,
г. Вологда*

medvedevana@molochnoe.ru

СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РЕГИОНА

Ключевые слова: Вологодская область, сценарии развития, сельское хозяйство, государственная программа, эффективность производства.

Проведена оценка реализации государственной программы «Развитие агропромышленного комплекса и потребительского рынка Вологодской области на 2013–2020 гг.». С использованием трендовых моделей, методов, базирующихся на сезонной декомпозиции временных рядов и методов индикативного планирования, разработаны сценарные прогнозы развития в условиях функционирования ВТО.

Агропромышленный комплекс является важной частью экономики области. С 2013 г. вступила в действие новая Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 гг. В соответствии с федеральной программой в Вологодской области была разработана и утверждена региональная государственная программа «Развитие агропромышленного комплекса и потребительского рынка на 2013–2020 гг.».

В региональной программе поставлены следующие цели:

- развитие на территории области эффективного, устойчиво функционирующего, высокотехнологичного производства сельскохозяйственной продукции и продовольствия;

- обеспечение повышения уровня и качества жизни сельского населения;

- поддержка и развитие субъектов малого и среднего предпринимательства.

Для достижения указанных целей, по оценке специалистов Департамента сельского хозяйства и продовольственных ресурсов Вологодской области, необходимо решить следующие задачи:

1) стимулирование роста производства основных видов сельскохозяйственной продукции к 2020 году на 22,6%;

2) стимулирование роста производства пищевых продуктов на 17% к 2020 г.;

3) создание условий для роста инвестиций в агропромышленный комплекс области и повышения финансовой устойчивости сельхозтоваропроизводителей;

4) создание высококвалифицированного кадрового потенциала агропромышленного комплекса и повышение доходов работников сельского хозяйства.

О выполнении этих целей можно судить по степени достижения запланированных значений целевых показателей. Проведем оценку результатов выполнения основных показателей государственной программы в Вологодской области в 2013 г. На функционирование отрасли оказали влияние последствия финансового кризиса 2009 г., засухи 2010 г., отсутствие конкретных мер по адаптации в условиях членства России в ВТО.

По расчетам Департамента сельского хозяйства и продовольственных ресурсов Вологодской области, чтобы минимизировать все риски, требовалась государственная поддержка в 2013 году в размере не менее 2,3 млрд руб. Фактически бюджетное финансирование началось с апреля 2013 г. и составило 1,0 млрд руб.

Высокий уровень природно-климатического риска является причиной невыполнения плана по производству зерна. За анализируемый период произошло снижение посевных площадей на 10%. Внесение минеральных и органических удобрений под урожай 2013 г. ввиду отсутствия фи-

нансовых средств также имеет тенденцию к снижению. Отсутствие инвестирования отрасли сельского хозяйства за счет кредитных ресурсов и бюджетной поддержки снижает финансовую устойчивость организации. Так, если в 2011 г. в сельское хозяйство направлено 8,3 млрд руб. кредитных средств, в 2012 г. – 6,3 млрд руб., то за 8 месяцев 2013 г. – лишь 2 млрд руб.

Несмотря на это, в регионе активно внедряются ресурсосберегающие технологии, с использованием которых в 2013 г. обработано более 35 тыс. га. В хозяйствах области продолжается внедрение современных кормозаготовительных технологий, позволяющих получить более качественные корма. При государственной поддержке из областного бюджета на возмещение части затрат на приобретение техники хозяйствами области приобретено 26 единиц техники.

Активно внедряется технология точного земледелия. На технику устанавливаются навигаторы, GPS-технологии, благодаря которым в хозяйствах области наблюдается экономия затрат на ГСМ, увеличивается производительность техники, улучшается качество проводимых работ и т. д.

В государственной программе с 2013 г. предусмотрен новый вид государственной поддержки – оказание несвязанной поддержки в области растениеводства. Сельхозтоваропроизводителям области по данному направлению в текущем году выделено из федерального бюджета 153,5 млн руб. Порядок получения данного вида господдержки для сельхозтоваропроизводителей значительно упрощен, так как не требуется подтверждения произведенных затрат. Средства выделяются из расчета ставки субсидий на гектар посева.

Однако недостаток собственных финансовых ресурсов, невозможность привлечь в необходимых объемах кредитные средства на проведение весенне-полевых работ вынуждали сельхозорганизации реализовывать на мясо поголовье молодняка и дойного стада: только за 1-й квартал поголовье крупного рогатого скота в сельхозорганизациях сократилось на 2,3 тыс. голов, из них коров – на 2,0 тыс. голов. По состоянию на 1 сентября 2013 г. в сравне-

нии с началом года поголовье крупного рогатого скота в сельхозорганизациях сократилось на 7,3 тыс. голов, из них коров – на 5 тыс. голов. Всего во всех категориях хозяйств области содержится 174,4 тыс. голов крупного рогатого скота, в том числе коров – 78,1 тыс. голов.

В результате объемы производства молока во всех категориях хозяйств за 8 месяцев 2013 года сократились почти на 8%. Производство мяса скота и птицы во всех категориях хозяйств за 2013 г. 77% к целевому показателю. Качество молока имеет тенденцию к улучшению. В Вологодской области 70% молока реализовано высшим сортом.

Кроме того, в целях поддержки развития молочного животноводства в области реализуется экономически значимая программа «Развитие молочного скотоводства Вологодской области на 2013–2020 гг.». На сегодня ее участниками являются 11 хозяйств, которым планируется выделение субсидий на возмещение части затрат на строительство и реконструкцию животноводческих помещений, включая оборудование [2].

Удельный вес ОАО «Россельхозбанк» в кредитах банков, выданных на развитие сельхозпроизводства, составил менее 15%. Департаментом проводится работа с Минсельхозом России по увеличению объема средств федерального бюджета (табл. 1).

По предварительной оценке выполнения госпрограммы в 2013 г., из 39 целевых показателей, определенных Минсельхозом России в Соглашении с правительством Вологодской области, выполнено 26.

В рамках исследования на основе проведенного анализа разработаны прогнозные сценарии развития сельского хозяйства региона с учетом требований ВТО.

Сценарий в прогнозировании – преимущественно качественное описание возможных вариантов развития исследуемого объекта при различных вариантах внешней среды. Метод сценариев предполагает разработку не менее трех вариантов будущего развития событий: наиболее вероятностного, оптимистического и пессимистического. В рамках каждого сценария разрабатываются альтернативные страте-

гии его деятельности. Стратегия – способ использования средств и ресурсов, направленный для достижения определенной

цели. Стратегия носит качественно-количественный характер и сопровождается прогнозированием объекта в будущем.

Таблица 1

Ресурсное обеспечение реализации госпрограммы из областного и федерального бюджетов в 2013 г., млн руб.*

Подпрограммы	Областной бюджет	Федеральный бюджет	Всего
Развитие растениеводства	163,7	159,9	323,6
Развитие льняного комплекса	73,6	63,4	137,0
Развитие животноводства и рыбоводства	207,3	667,2	874,5
Развитие молочного скотоводства	50,0	66,8	116,8
Развитие мясного животноводства	133,0	25,3	158,3
Развитие пищевой и перерабатывающей промышленности	35,0	53,2	88,2
Развитие семейных ферм	20,0	17,8	37,8
Поддержка начинающих фермеров	9,0	11,1	20,1
Повышение доступности кредитов	92,5	492,6	585,1
Кадровое обеспечение АПК	15,7		15,7
Социальное развитие села	60,0	68,2	128,2
Обеспечение реализации Государственной программы	187,7		187,7
Развитие овощеводства защищенного грунта	10,0	14,5	24,5
Создание и развитие логистических центров	100,0	22,0	122,0
ИТОГО:	1137,6	1662,0	2799,6

* По данным Департамента сельского хозяйства и продовольственных ресурсов Вологодской области.

Прогнозирование включает построение прогноза на перспективу. Прогноз – это этап научного предсказания будущего, дающий качественную и количественную оценку перспективного состояния объекта с определенной степенью вероятности. Если в прогнозном периоде выделить отрезок времени, где вероятность достижения цели близка к единице, данный период становится плановым.

В соответствии со стратегией в настоящее время с учетом положений программных документов федерального и регионального уровня осуществляется переход российской экономики к инновационной модели. Курс на модернизацию основных (базовых) отраслей народного хозяйства, необходимость сбережения окружающей среды и природных ресурсов выделены в качестве приоритетов в Концепции долгосрочного социально-экономического развития России до 2020 г. Использование новых знаний, компетенций, технологий для решения системных задач, преодоления потенциальных угроз и глобальных вызовов современности обозначены как основные инструменты социально-эко-

номического развития Вологодской области до 2020 г.

На основе трендовых моделей осуществлен прогноз показателей продуктивности скота и птицы в сельскохозяйственных предприятиях области при сохранении сложившейся тенденции (табл. 2).

Разработка прогнозов развития сельского хозяйства региона на долгосрочную перспективу с учетом стратегии позволяет выделить следующие сценарии:

1. Инерционный сценарий

Развитие АПК будет опираться на использование имеющихся ресурсов. Внутриобластная миграционная динамика приведет к опустыниванию сельских территорий и концентрации населения в промышленных центрах области. Ресурсное обеспечение инвестиционной деятельности будет происходить крайне медленно. Существенных изменений в организационно-экономических механизмах государственного регулирования агросектора и в объемах бюджетной поддержки не произойдет.

Несомненно, инерционный сценарий развития сельского хозяйства может привести к сокращению уровня продовольственной безопасности области и объема на-

логовых поступлений в бюджет, опережающему росту потребительских цен, увеличению безработицы и ухудшению состояния экосистемы. Таким образом, данный

вариант не обеспечивает устойчивого развития сельского хозяйства области в долгосрочной перспективе.

Таблица 2

Прогнозирование показателей продуктивности скота и птицы в регионе на основе трендовых моделей

Вид продукции	Годы	Уравнение тренда	Пессимистический прогноз	Реалистический прогноз	Оптимистический прогноз
Среднегодовой надой молока от одной коровы, кг	2014	$\tilde{y}_t = 2937,0 + 272,7t - 7,0t^2$	5071,7	5375,6	5679,5
	2015		5140,3	5444,2	5748,1
	2016		5194,9	5498,7	5802,6
Среднесуточный привес крупного рогатого скота, г	2014	$\tilde{y}_t = 394,2 + 23,7t - 0,93t^2$	506,4	542,5	578,5
	2015		503,0	539,0	575,1
	2016		497,7	533,8	569,8
Средняя яйценоскость, шт.	2014	$\tilde{y}_t = 309,4 - 6,0t + 0,5t^2$	297,5	325,7	354,0
	2015		306,3	334,6	362,8
	2016		316,2	344,4	372,7

2. Умеренно-консервативный сценарий

Умеренно-консервативный сценарий предполагает развитие сельского хозяйства Вологодской области с ежегодным темпом роста до 2-4% при условии, что государственная аграрная политика в предстоящие 10 лет будет исходить из необходимости сохранения льготного режима налогообложения, что противоречит требованиям ВТО. При данном сценарии необходимо активизировать инвестиционную деятельность в сельском хозяйстве.

Этот сценарий является недостаточным для реализации в рамках условий вступления России в ВТО и не обеспечит продовольственную безопасность.

3. Целевой сценарий (инновационно-модернизационный).

Достижение целей стратегии требует перевода сельского хозяйства Вологодской области на инновационный путь развития. Данный вариант предполагает создание в среднесрочной перспективе на территории области мощного исследовательского модуля, который должен стать точкой трансфера технологий, источником научных кадров и идей. Связующим звеном будет выступать агротехнопарк. Его образование приведет к выстраиванию эффективной системы межотраслевых связей в комплексе, создаст технологичную платформу первичной переработки сельхозсырья, доступную в том числе и малым производителям. В области также активизируются процессы формирования элементов технико-внедренческой инфраструктуры АПК.

При реализации данного сценария необходима поддержка государства (финансовая, организационная, информационная и маркетинговая).

Реализация мероприятий по развитию социального потенциала и инфраструктуры сельских территорий будет способствовать повышению качества жизни на селе, закреплению там квалифицированных кадров, особенно молодежи [1].

Однако в условиях сохраняющейся напряженности областного и федерального бюджетов, вступления России в ВТО увеличение государственной поддержки АПК вызывает сомнения.

Таким образом, стратегия предполагает построение этапов модернизации АПК и потребительского рынка области и их переход к инновационной модели развития, умеренно оптимистический уровень целевых индикаторов, необходимость особое внимание уделить формированию механизмов, направленных на повышение устойчивого функционирования АПК.

В настоящее время не произошло улучшения финансового состояния и повышения конкурентоспособности предприятий сельского хозяйства региона. Не сформирована новая нормативно-правовая база, позволяющая получать финансирование в условиях функционирования ВТО. Не подготовлена технологическая база для реализации второго этапа стратегии. Прогнозные значения развития сельского хозяйства по целевому сценарию представлены в табл. 3.

**Прогнозируемые показатели развития сельского хозяйства Вологодской области
по целевому сценарию**

Показатель	2013 г.	Целевой сценарий		
		2015 г.	2017 г.	2020 г.
Объем продукции сельского хозяйства во всех категориях хозяйств в текущих ценах, млн руб.	21596	26059,0	29190,6	33381,1
в том числе:				
растениеводство, млн руб.	6336,0	9207,2	10361,2	11484,7
животноводство, млн руб.	15260	16788,8	18829,4	21896,4
Темп роста физического объема продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий, %, к 2013 г.	100,0	120,7	135,2	154,6
Производство сельскохозяйственной продукции в натуральном выражении в хозяйствах всех категорий:				
Зерно в весе после доработки, тыс. т	198,3	305,2	364,0	449,9
Картофель, тыс. т	367	356,4	453,3	498,9
Лен-волокно, тыс. т	5,5	5,9	7,0	8,2
Скот и птица в живом весе, тыс. т	54,7	73,1	76,4	81,3
Молоко, тыс. т	419,0	445,9	470,1	490,2
Яйцо, млн штук	670,8	608,2	615,5	630,1

Исходя из проведенного анализа правительству Вологодской области необходимо осуществлять государственную поддержку в соответствии с обязательствами, принятыми Россией при вступлении ВТО по следующим направлениям:

1. Создание высококвалифицированно-кадрового потенциала и улучшение кадрового обеспечения АПК.

2. Развитие сети информационно-консультационных служб.

3. Научно-исследовательская деятельность по сельскохозяйственному направлению.

4. Развитие сельских территорий.

5. Создание условий для роста инвестиций в сельхозпроизводство Вологодской области, включая инвестиции в развитие сельских территорий.

Список литературы

1. Костяев А. И. Политика регионального развития АПК с учетом условий членства России в ВТО // Актуальные вопросы экономики и управления АПК : материалы международной научно-практической конференции. – Рязань : ФГБОУ ВПО «РГГУ», 2013. – С. 7-11.

2. Бильков В. А., Медведева Н. А. Устойчивое производство молока – фактор продовольственной безопасности региона // АПК: Экономика и управление. – 2012. – № 3. – С. 69-73.

N. A. Medvedeva*

**Medvedeva Natalya, PhD in Economics, Associate Professor of Vologda State Milk-production Academy of N. V. Vereshchagin, Vologda medvedevana@molochnoe.ru*

WAYS OF DEVELOPMENT OF REGIONAL AGRICULTURE

Keywords: Vologda region, ways of development, agriculture, State program, efficiency.

The article features the assessment of the State program «Development of agriculture and consumer market of Vologda region in 2013-2020». Using the trend models and methods based on the seasonal decomposition of time factors and indicative planning methods, the author has developed scenario forecasts of the development in conditions of the WTO.

УДК 378.018.4

А. А. Нечитайло*

**Нечитайло Александр Анатольевич, доктор экономических наук, профессор Самарский государственный аэрокосмический университет имени акад. С. П. Королева, г. Самара*

ip.ssau@mail.ru

А. А. Гнупова*

**Гнупова Анна Александровна, кандидат экономических наук, доцент Самарский государственный аэрокосмический университет имени акад. С. П. Королева, г. Самара*

ip.ssau@mail.ru

Е. В. Ермакова*

**Ермакова Екатерина Владимировна, ассистент Самарский государственный аэрокосмический университет имени акад. С. П. Королева, г. Самара*

ip.ssau@mail.ru

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ДОСТУПНЫЙ И ЭКОНОМИЧНЫЙ МЕТОД ОКАЗАНИЯ КАЧЕСТВЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ОТДАЛЕННЫХ РЕГИОНАХ

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзи, франчайзер, франшиза, договор коммерческой концессии, вуз, филиал вуза, образовательные услуги, регион, дистанционное обучение, отдаленные регионы.

Рассматривается вопрос обеспечения доступности высшего образования для отдаленных регионов страны путем реализации системы образовательного франчайзинга, а также вопросы совместной деятельности учебных заведений по формированию системы дистанционного обучения, оказанию и продвижению образовательных услуг. Обосновываются преимущества франчайзинга перед другими видами сотрудничества.

Экономический рост и благосостояние любой страны зависят от уровня развития базовых отраслей общественного производства. Среди них исключительно важную роль играет образование. Образование является системообразующим фактором, а доступное качественное образование – основой социального развития и устойчивого экономического роста регионов.

В настоящее время образование является практически такой же сферой рыночных отношений, как промышленность, строительство, финансово-кредитная и иные сферы. Структура управления крупными образовательными учреждениями подобна построению корпоративной системы для коммерческих организаций, где построение инфраструктуры связано с созданием вертикально интегрированных взаимозависимых подразделений, аффилированных друг к другу по определенному при-

знаку, например франчайзингу. Тем более что законодательство ни в России, ни в других странах мира не выделяет соглашение о франчайзинге в качестве особого вида договоров, таких как, например, договор купли-продажи, договор аренды, договор подряда и т. д. Юристы обычно рассматривают этот договор как смешанную (гибридную) форму, сочетающую в себе элементы лицензионного соглашения и дистрибьюторского договора.

По своей сути образовательный франчайзинг при относительно низких затратах не только способствует увеличению количества предоставляемых образовательных услуг и повышению их качества, но и способствует повышению интеллектуального уровня общества, обеспечивая доступ к качественному образованию там, где оно было ранее недоступно.

Реализация франчайзинга в системе образования выражается в совместной деятельности учебных заведений (франчайзера и франчайзи) по формированию предложения, производству (оказанию) и гарантированному продвижению высококачественных образовательных и сопутствующих им услуг и продуктов на рынок. Эти и другие требования франчайзера обеспечиваются франшизой (договором франчайзинга), передающей франчайзи комплекс исключительных прав по реализации образовательных услуг под фирменным наименованием, торговой маркой и товарным знаком франчайзера на определенных условиях. Основным условием франшизы является гарантия качества предоставляемых франчайзи образовательных услуг в соответствии с требованиями учебно-методических и иных документов вуза-франчайзера.

Наряду с выгодами у франчайзи при работе с договором франчайзинга также присутствует ряд сложностей. Они могут выражаться, в частности, в виде наложения определенных ограничений со стороны франчайзера на принятие самостоятельных решений, экономической зависимости от франчайзера в случае принятия решения франчайзером об изменении вознаграждения или навязывания исполнения клонированных технологий со 100% условиями. Также явными недостатками могут стать низкая квалификация персонала франчайзи для предоставления образовательных услуг или, например, отсутствие у франчайзи достаточных финансовых средств для полноценного внедрения бизнес-процессов, необходимых для качественного предоставления образовательных продуктов и услуг. Эти сложности в ряде случаев могут привести даже к расторжению договора франчайзинга.

Что касается франчайзера, то его основной задачей является распространение своих образовательных продуктов и услуг без потери качества. Его заинтересованность в построении такой системы франчайзинга выражается в возможности расширения территорий для предоставления своих образовательных продуктов и услуг

с последующей материальной выгодой. Важным является также увеличение возможностей в воздействии на рынок образовательных услуг, возможность выводить эксклюзивные образовательные продукты и услуги на новые рынки, уменьшение влияния на рынок со стороны конкурентов, развитие бренда учебного заведения, рост его авторитета и, как следствие, возможность извлечения дополнительных материальных и моральных предпочтений.

Заинтересованность потребителей образовательных услуг в развитии системы франчайзинга в образовании состоит в возможности получения новых гарантированно качественных образовательных продуктов и услуг на образовательном рынке, особенно в отдаленных регионах. Расширяется спектр образовательных программ, возможность выбора образовательного учреждения, ужесточается конкуренция, что способствует совершенствованию качества предоставления образовательных продуктов и услуг. Немаловажную роль играет положительная мотивация работодателей по приему на работу выпускников при внедрении на определенной территории прогрессивного образовательного бренда ведущего вуза страны.

Социальные изменения в России привели к значительному усилению конкуренции и в сфере образования, это потребность в действенной рекламе, улучшении качества и надёжных путях реализации образовательных программ и многое другое. Особенно это важно для удаленных и труднодоступных регионов. Средством конкурентной борьбы может быть, например, создание в таких регионах ведущими образовательными учреждениями своих филиалов (удаленных подразделений вуза) или использование методов франчайзинга. Создание филиалов вузов в свое время было широко применяемым способом распространения передовых образовательных услуг на отдаленные территории России. Но, как показал опыт последних десятилетий, по ряду объективных причин это не принесло желаемых результатов, и количество филиалов вузов в настоящее время постепенно сокращается. Что касается об-

разовательного франчайзинга, то положение дел здесь тоже неоднозначно, хотя есть положительные примеры его применения от детских садов и до университетов. В нашей стране образовательный франчайзинг в явном виде особенно характерен для дошкольных и школьных учреждений, где он пользуется значительной популярностью. Для высшей школы характерен неявный франчайзинг. Это, как правило, некоторые существующие филиалы или бывшие филиалы ведущих вузов, переданные последними на баланс других (провинциальных) вузов. В связи с чем интересным является сравнение затрат ведущего вуза на создание удаленного филиала в провинции с затратами провинциального вуза на приобретение такой же по смыслу франшизы.

Рассмотрим положительные и отрицательные организационно-экономические аспекты этих процессов на опыте создания в Самарском регионе филиала Московского государственного университета печати им. Ивана Федорова (МГУП), а затем преобразования его в Институт печати Самарского государственного аэрокосмического университета им. академика С. П. Королева (Национального исследовательского университета) (СГАУ).

В связи с острой потребностью Поволжского региона в кадрах с высшим образованием в области издательского дела и полиграфии, а также наличием в г. Самаре высококвалифицированных преподавательских кадров Минобрнауки России приняло решение создать в 1998 году Самарский филиал МГУП как удаленное обособленное подразделение с образованием юридического лица. На рис. 1 схематично показана структура Самарского филиала МГУП. СФ МГУП вел эффективную образовательную деятельность по полученным им лицензиям вплоть до начала серьезных мировых кризисных процессов, которые не оставили в стороне Россию в целом и Самарский регион в частности. В связи с чем после прохождения СФ МГУП как юридического лица аттестации и аккредитации

для обеспечения дальнейшего выпуска в г. Самаре издательско-полиграфических кадров с высшим образованием Минобрнауки России в 2005 году приняло решение передать СФ МГУП на правах Института печати в состав СГАУ. В строгом соответствии с требованиями законодательства в СГАУ были переведены контингент студентов, профессорско-преподавательский состав (ППС) и учебно-вспомогательный персонал (УВП), а также переданы учебно-лабораторная база и полный комплект учебно-методической, организационной и иной документации. С согласия вузов по решению собственника, то есть Минобрнауки России, передача осуществлялась на безвозмездной основе. Этот пример можно рассматривать как частный случай трехстороннего неявного франчайзингового соглашения.

Анализируя затраты МГУП на создание удаленного филиала и затраты СГАУ на создание (приобретение СФ МГУП) своего нового подразделения (практически в составе существующего факультета), прежде всего необходимо отметить, что филиал создавался «на пустом месте», а СГАУ размещал свое вновь приобретенное подразделение на собственных площадях, уже обладая мощным учебно-методическим, педагогическим и техническим потенциалом.

Количественная оценка собственных затрат МГУП на создание Самарского филиала и собственных затрат СГАУ на создание Института печати в денежном выражении затруднительна, однако можно провести достаточно красноречивое качественно-количественное сравнение этих затрат, сведя их в отдельную таблицу. В табл. 1 приведены основные показатели (индикаторы), необходимые для создания удаленного филиала вуза. При этом условилось считать затраты на выполнение каждого показателя-индикатора при создании филиала равными единице соответственно. Затраты на выполнение соответствующего показателя-индикатора при франчайзинге определялись методом экспертных оценок.

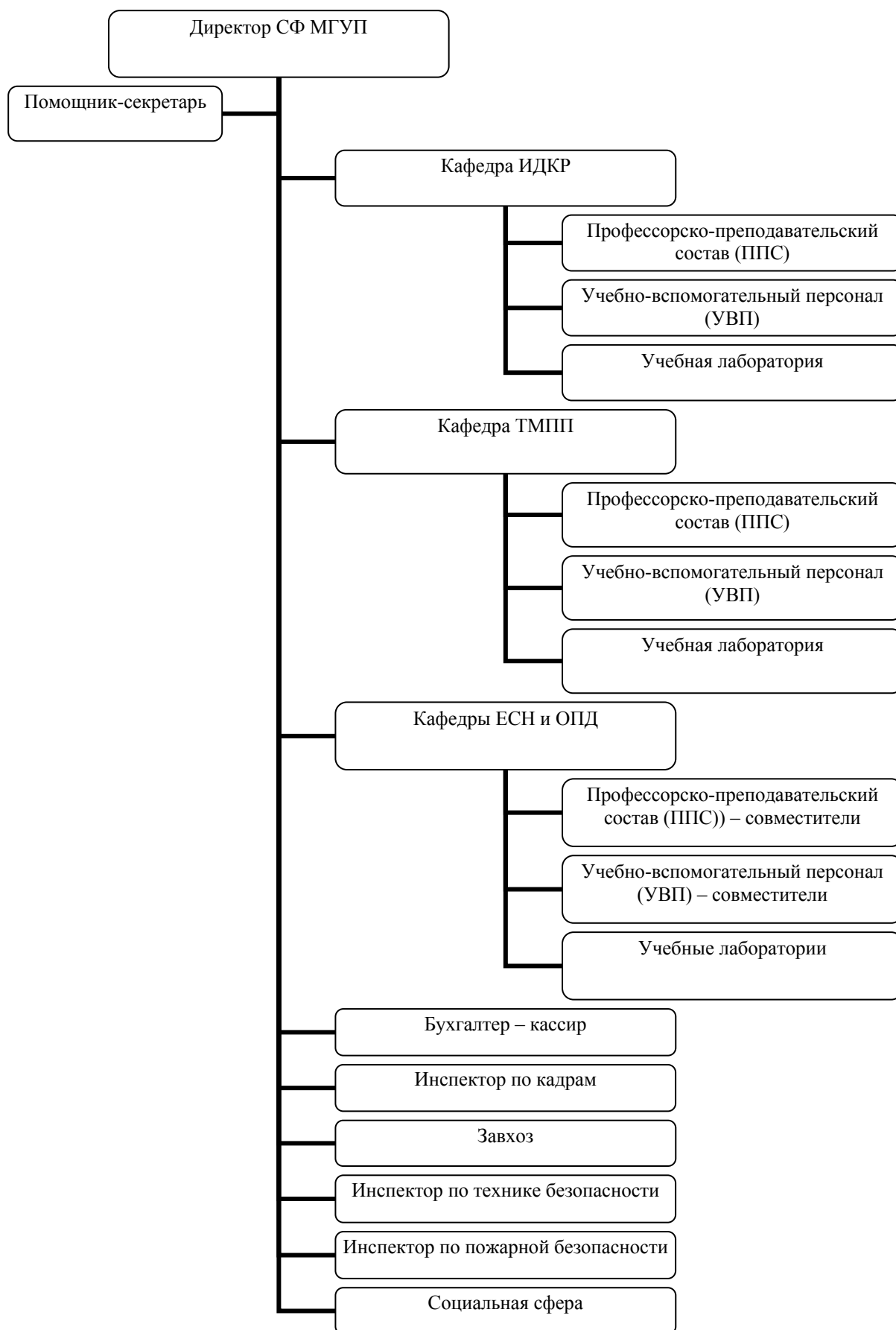


Рис. 1. Схема организационной структуры Самарского филиала МГУП

Таблица 1

**Перечень затрат МГУП на создание филиала в г. Самаре и затраты СГАУ
(неявный франчайзинг) на приобретение известного образовательного бренда**

№ п/п	Перечень затрат на создание Самарского филиала МГУП	Перечень затрат СГАУ на создание института печати	Коэффициент затрат
1	Выпуск приказа Минвуза о создании филиала	Выпуск приказов по передаче филиала в СГАУ (неявная франшиза)	1
2	Прием на работу директора филиала	Совмещение должности зам. декана СГАУ	0,4
3	Прием на работу помощника-секретаря директора	Совмещение помощника декана СГАУ	0,2
4	Прием на работу бухгалтера-кассира	Бухгалтерия СГАУ	0,2
5	Аренда офисных помещений для размещения персонала	Использование аудиторий СГАУ	0,3
6	Приобретение мебели и оборудования для офисов	Использование ресурсов СГАУ	0,3
7	Регистрация в налоговом органе и открытие банковского счета	Использование ресурсов СГАУ	0,2
8	Получение лицензии	Получение лицензии	1
9	Прием на работу инспектора по кадрам	Отдел кадров СГАУ	0,2
10	Разработка организационно-методических документов	Использование ресурсов СГАУ	0,2
11	Прием на работу инспектора по технике безопасности	Отдел охраны труда СГАУ	0,2
12	Прием на работу инспектора по пожарной безопасности	Отдел охраны труда СГАУ	0,2
13	Прием на работу завхоза и рабочих хозяйств	Административно-хозяйственная часть СГАУ	0,2
14	Ремонт арендованных помещений	Только для вновь созданных специальных выпускающих кафедр	0,3
15	Создание учебной части и укомплектование ее кадрами	Учебная часть СГАУ	0,4
16	Разработка и выпуск учебных планов	Разработка и выпуск учебных планов	1
17	Создание специальных выпускающих кафедр и укомплектование их кадрами ППС и УВП согласно учебным планам	Создание специальных выпускающих кафедр и укомплектование их кадрами ППС и УВП согласно учебным планам	1
18	Создание кафедр ЕСН и ОПД и прием на работу ППС и УВП по совместительству	Использование кафедр ЕСН и ОПД СГАУ	0,1
19	Разработка и выпуск комплектов учебно-методической документации	Разработка и выпуск комплектов учебно-методической документации	1
20	Аренда учебных аудиторий	Использование помещений СГАУ	0,3
21	Аренда помещений под учебные лаборатории для дисциплин специализированного цикла	Использование учебных лабораторий СГАУ	0,4
22	Аренда учебных лабораторий по ЕСН и ОПД	Использование учебных лабораторий СГАУ	0,3
23	Приобретение мебели и оборудования для учебных аудиторий	Использование ресурсов СГАУ	0,1
24	Приобретение мебели и специализированного лабораторного оборудования для учебных лабораторий по дисциплинам специализированного цикла	Приобретение мебели и специализированного лабораторного оборудования для учебных лабораторий по дисциплинам специализированного цикла	1
25	Приобретение оргтехники для всех подразделений филиала	Приобретение оргтехники только для вновь созданных специальных выпускающих кафедр	0,2
26	Приобретение и подключение Интернета и телефонии	Использование ресурсов СГАУ	0,3
27	Приобретение специализированного программного обеспечения для дисциплин специализированного цикла	Приобретение недостающего специализированного программного обеспечения для дисциплин специализированного цикла	0,4
28	Приобретение, внедрение и сопровождение общеузовской программной системы «1С»	Использование ресурсов СГАУ	0,4
29	Социальная сфера	Использование ресурсов СГАУ	0,2

Как видно из приведенной таблицы, основная часть затрат СГАУ (неявного вуза-франчайзи) приходится на приобретение образовательной франшизы, лицензии на образовательную деятельность и доукомплектование имеющегося специализированного лабораторного оборудования и программного обеспечения. На рис. 2 показана схематично структура института печати (аналога филиала после вхождения его в состав факультета СГАУ). Административно-хозяйственные, учебные, лабораторные и иные помещения, лаборатор-

ное оборудование ЕСН и ОПД, бухгалтерия, кадровая и все остальные необходимые для работы вуза службы, деканат, выпускающая кафедра и значительная часть ее ППС и УВП уже имелись в СГАУ (неявного вуза-франчайзи). Не требовалось особых забот с общежитием, уже налажена культурно-массовая, спортивная и социальная сфера жизни студентов. Налажены связи с государственными и общественными организациями, с будущими работодателями.

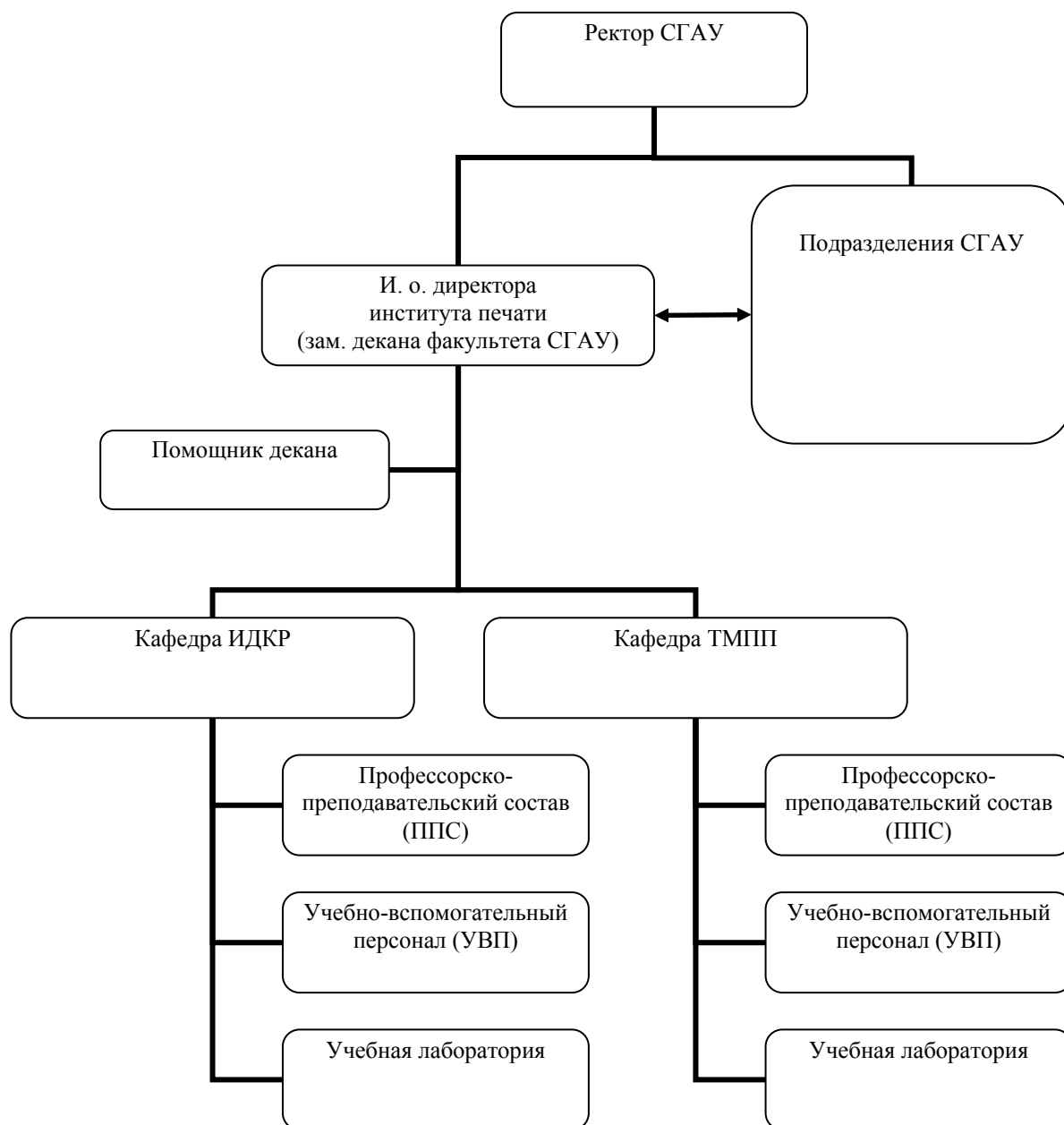


Рис. 2. Структура института печати после вступления в состав СГАУ

Что касается создания удаленного филиала вуза, то дело обстоит, как видно, совсем наоборот. Создание и организация всего необходимого для успешного функционирования филиала практически «с нуля» весьма и весьма дорогостояща.

При проведении структурной количественно-качественной оценки затрат авторы использовали метод экспертной оценки. В качестве независимых экспертов привлекались одиннадцать специалистов, имеющих опыт административной и организационной работы в области высшего образования. Все основные затраты на

создание удаленного филиала вуза, как видно из таблицы, были разбиты на тридцать составляющих – индикаторов. При этом удельный вес каждого индикатора на создание филиала условно считали равным единице, а удельный вес каждого индикатора при использовании франчайзинга определялся каждым экспертом независимо. Окончательный удельный вес каждого индикатора при франчайзинге определялся как среднеарифметическая величина выставленных экспертами значений.

Результаты подсчетов показаны на круговой диаграмме (рис. 3).

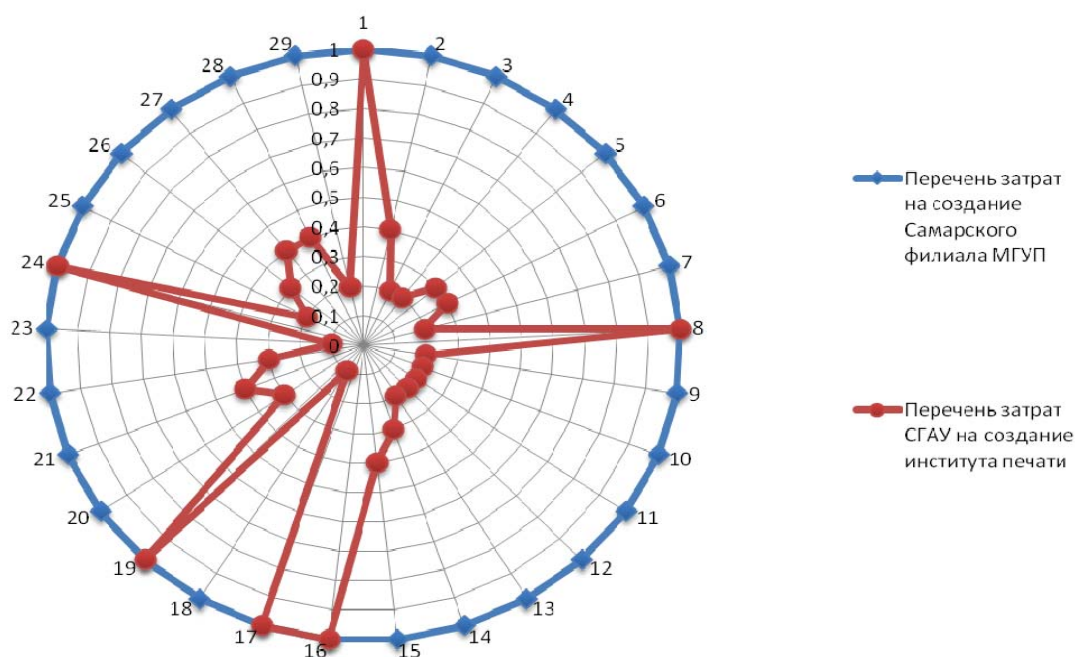


Рис. 3. Индикаторы количественно-качественной оценки затрат

Таким образом, приближенная структурная количественно-качественная оценка, проведенная согласно данным, указанным в таблице, показывает, что затраты, прежде всего финансовые, на создание удаленного филиала вуза могут значительно превышать, а в отдельных случаях превышать на один-два порядка затраты вуза-франчайзи.

Как видно, приобретение франшизы более привлекательный способ расширения спектра предоставляемых образовательных услуг с нескольких точек зрения, а именно:

- снижение финансовых затрат;
- получение гарантированного высокого качества образовательных услуг;

- экономия времени;
- гарантированное привлечение дополнительного контингента студентов;
- экономия административно-хозяйственных и управленческих расходов;
- заинтересованность работодателей.

Несмотря на некоторые затруднения и возможные негативные последствия, популярность такого способа внедрения в регионы, как франчайзинг, возрастает. Это объясняется тем, что такой путь способствует насыщению традиционного рынка и позволяет обладателям франшиз в короткие сроки завоевывать новые рынки. Россия находится на одном из первых мест в мире по темпам развития торгового фран-

чайзинга: количество покупателей франшиз здесь в среднем растет примерно на 20% в год. Отечественный и зарубежный опыт показывает, что франчайзинг позволяет наращивать источники дохода не только в торговле. Франчайзинг предоставляет и образовательным учреждениям новые потенциальные финансовые выгоды, оказывая влияние не только на форму, качество и спектр услуг высшего образования, но и на его географию, обеспечивая доступность качественного высшего образования в тех частях страны, где ранее оно было недоступно.

Как видно, для вуза-франчайзи главными плюсами при заключении договора коммерческой концессии являются небольшие финансовые вложения и возможность оставаться независимой компанией при вхождении на рынок брендовых образовательных продуктов и услуг. Вуз-франчайзи имеет возможность приобрете-

ния технологий вуза-франчайзера, разработанных им учебно-методических материалов, тест-экзаменов, медиапособий и т. п., а не создавать их с нуля. Заключая договор коммерческой концессии, франчайзи покупает и бренд франчайзера. В связи с чем за короткий период времени вуз-франчайзи приобретает дополнительную узнаваемость и значительно увеличивает свой авторитет у потребителей образовательных продуктов и услуг, а также и у потенциальных работодателей своих выпускников.

Образовательный франчайзинг – гибкая система, которую можно легко адаптировать к различным образовательным продуктам и услугам. Перспективным представляется адаптация уже существующих отечественных и зарубежных гарантированно высококачественных образовательных продуктов и услуг для франчайзинга и реализация их в отдаленные регионы России.

Список литературы

1. International Franchise Association (Международная Ассоциация Франчайзинга) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.franchise.org/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
2. Башмачникова Е. В. Стратегические, структурно-организационные и информационные проблемы управления на предприятиях сферы сервиса в условиях нестабильной среды хозяйствования // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2005. – № 6. – С. 67-75.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации : ч. 1, 2, 3 и 4 (по сост. на 15 окт. 2007 г.). – М. : Проспект: Велби, 2007. – 542 с.
4. Ерохина Л. И. Организационно-экономические проблемы совершенствования управления сферой сервиса на региональном уровне / Л. И. Ерохина, Е. Е. Спиридонова // Экономика, экология и общество России в 21-м столетии : тр. IV междунар. науч.-практ. конф. – СПб., 2002.
5. Лысов И. А. Учебные инновационные комплексы как модель устойчивого развития вуза и инновационного предпринимательства // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 1 (29) [Электронный ресурс]. – 7 сентября 2012. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2480>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
6. Нечитайло А. А. Теоретический анализ основных типов и видов системы франчайзинга / А. А. Нечитайло, С. А. Нечитайло // Вестник ПВГУС. Серия: Экономика. – 2010. – № 5 (13). – С. 207-212.
7. Нечитайло С. А. К вопросу выбора потенциального вуза-франчайзи / А. А. Нечитайло, С. А. Нечитайло, А. А. Гнутова // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд : сб. матер. VI междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. С. С. Чернова. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2011. – С. 133-138.
8. Нечитайло С. А. Роялти как неотъемлемый элемент системы франчайзинга при продвижении образовательных продуктов и услуг / Л. И. Ерохина, А. А. Нечитайло, С. А. Нечитайло // Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за ру-

бежом : матер. 3-й всерос. науч.-практ. конф. (21-22 апреля 2011 г., г. Барнаул). – Барнаул, 2011. – С. 55-60.

9. Российская Ассоциация Франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.rusfranch.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

10. Российская Ассоциация Франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://raf.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

11. Сагинова О. В. Маркетинг образовательных услуг // MCPG Management Consulting Partners Group, Раздел Управление, подраздел Маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mcpg.ru/cgi-bin/rus/tour/article.cgi?art=1010403>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

12. Сметана В. В. Особенности франчайзинга в системе российского образования // Франчайзинговое право [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.franchisinglaw.ru/content/s8/> – свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

A. A. Nechitailo*

**Nechitailo Alexander, Doctor of Economics, Professor of Samara State Aerospace University of S. P. Korolev, Samara ip.ssau@mail.ru*

A. A. Gnutova*

**Gnutova Anna, PhD in Economics, Associate Professor of Samara State Aerospace University of S. P. Korolev, Samara ip.ssau@mail.ru*

E. V. Ermakova*

**Ermakova Ekaterina, assistant of Samara State Aerospace University of S. P. Korolev, Samara ip.ssau@mail.ru*

FRANCHISING AS AN AFFORDABLE AND ECONOMICAL METHOD OF PROVIDING EDUCATIONAL SERVICES OF HIGH QUALITY IN REMOTE REGIONS

Keywords: franchising, franchisee, franchisor, franchise, franchising agreement, university, university branch, educational services, region, distance learning, remote regions.

The authors address the issue of accessibility of higher education for remote regions of the country, provided by the implementation of the system of educational franchising. The article considers the issues of cooperation between the educational institutions, aimed at creating the system of distance learning, providing and promotion of educational services. The work proves the benefits of franchising over the other types of cooperation.

© Нечитайло А. А., Гнутова А. А., Ермакова Е. В., 2014

УДК 339.1

Е. В. Романеева*

**Романеева Елена Владимировна, кандидат экономических наук, доцент*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

kaf_eio@tolgas.ru

КАЧЕСТВО СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ключевые слова: конкурентоспособность, качество, сервисное обслуживание, система качества, сертификация.

Качество услуг становится одним из главных факторов, определяющих коммерческий успех предприятия, его конкурентоспособность. Проблема качества сервисного обслуживания особо актуальна, так как высокое качество обслуживания автомобилей полезно обществу в целом, поскольку способствует повышению надежности автотранспорта, безопасности на дорогах, улучшению экологической обстановки в крупных городах.

Автосервис – это совокупность средств, способов и методов предоставления платных услуг по приобретению, эффективно-му использованию, обеспечению работоспособности, экономичности, дорожной и экологической безопасности автотранспортных средств в течение всего срока их службы. Под рынком автосервисных услуг понимают удовлетворение требований владельцев автотранспортных средств по обеспечению работоспособности, технической эксплуатации, безопасности движения и устранению вредного влияния на окружающую среду и общество, сохранности автотранспортных средств всех форм собственности в течение периода времени с момента обращения клиента на предприятие автосервиса и до списания.

Автосервисы относятся к объектам бизнеса, услуги которых в России пользуются высоким спросом, характеризующимся положительной динамикой. Это обусловлено, во-первых, ростом автомобильного парка, во-вторых, значительным средним возрастом автомобилей. Кроме того, в советский период существовал дефицит предложения сервисных услуг, который усилился при массовом ввозе в страну подержанных иномарок. В результате в постсоветский период наблюдался лавинообразный рост количества АСП. Этому росту и разукрупнению способствовал также и рост числа небольших автотранспортных предприятий, что заставило их специализиро-

ваться на основном виде деятельности – организации процесса перевозок, а обслуживание своего автопарка доверить внешним АСП. Несмотря на это, дефицит предложения сохраняется до сих пор. В связи с этим прогнозируется дальнейшее увеличение числа АСП, однако этот процесс в достаточной мере является стихийным: размещение предприятий автосервиса происходит без использования научно обоснованных методов и моделей.

По данным средств массовой информации, на территории РФ в 2013 году произошло 17250 ДТП (0,79% всех ДТП), связанных с технической неисправностью автотранспорта, в которых погибло 3514 (1,17% всех погибших в ДТП) и ранено 5300 человек (0,85% всех раненных в ДТП). По неофициальным данным, число аварий, происходящих из-за неисправности транспортных средств, составляет порядка 10%. Основная причина появления на дороге неисправного автомобиля – некачественный ремонт.

В настоящее время деятельность АСП не лицензируется (Федеральный закон «О техническом регулировании» от 27.12.2002 № 184-ФЗ), отсутствует законодательная база, регламентирующая требования к организации технологического процесса. Каждое предприятие решает проблему качества самостоятельно, в силу своего понимания и материальных возможностей. Рынок автосервисных услуг России дефицит-

ный – предложение отстает от спроса. Как следствие, у многих АСП отсутствуют стимулы для дальнейшего развития. Практически у каждого предприятия автосервиса отсутствует система контроля качества. Часто наблюдаются случаи продажи бракованных запасных частей, подмены на СТО деталей теми, что были в употреблении и не подлежат эксплуатации. Также к причинам низкого качества обслуживания АТС можно отнести недостаточную квалификацию персонала и недооснащенность участков оборудованием.

Качество обслуживания в авторизованных сервисах может быть выше, чем в среднем по рынку. Однако авторизованные сервисы имеют значительный штат персонала. На одного механика приходится в среднем два-три человека обслуживающего персонала – продавцы, менеджеры и др. Вследствие этого стоимость работ в таких центрах выше в 1,5–2 раза, а наценка на запчасти может достигать до 300% из-за входного контроля качества. Поэтому обслуживание в таких АСП не всем доступно. Как результат – авторизованные автосервисы обслуживают не более 15% автомобилей.

За последние годы количество нелегальных АСП в России увеличилось в 10 раз. Основной вклад в этот рост внесли нелегальные или так называемые «гаражные мастерские», не имеющие государственной регистрации. Они предоставляют свои услуги почти 30% от общего количества автопарка. Их количество, по разным расчетам, в зависимости от региона колеблется от 50 до 80-90% от общего количества АСП.

У гаражных сервисов мало шансов выйти на новый уровень развития. Вся их выручка расходуется на зарплату, почти все внутренние инвестиции – на закупку несложного оборудования. Легализация этого вида бизнеса связана с рядом процедур, которые либо невыгодны, либо вообще невозможны для индивидуальных предпринимателей. В гаражных сервисах экономят практически на всем – на налогах, утилизации отходов, арендной плате, качестве услуг. Именно гаражные сервисы – это канал, по которому сбываются запча-

сти из восстановленных, угнанных или отслуживших свой срок автомобилей.

Проблема гаражных мастерских заключается в том, что в них часто не соблюдаются элементарные требования технологии ремонта автомобиля, нарушаются требования санитарно-эпидемиологических служб, работа ведется в непригодных арендованных помещениях, отсутствуют какие-либо формальные гарантии и ответственность за предоставленные услуги, что в конечном счете представляет угрозу безопасности как людей, так и окружающей среды. Это та часть рынка, представители которой, не неся каких-либо существенных затрат по содержанию и развитию своего бизнеса, привлекают клиентов демпинговыми ценами, уходят от налогообложения и требований экологических служб. Их присутствие на рынке делает функционирование предприятий, в особенности начинающих, экономически нецелесообразным в условиях, предлагаемых государством для законопослушных предпринимателей, и наносит ущерб добросовестной конкуренции и становлению цивилизованного рынка.

Основная часть предприятий автосервиса (около 80%) имеет до 5 постов и численность персонала до 45 человек, что позволяет их считать предприятиями малого бизнеса со всеми вытекающими отсюда проблемами:

- избыточные административные барьеры из-за несовершенства государственного управления и отсутствия ясной государственной политики в отношении малого бизнеса;

- полная зависимость от арендодателя, отсутствие прав собственности и, как следствие, невозможность долгосрочного планирования бизнеса, что влияет на его качественные характеристики, методы и формы управления. По результатам обследования предприятий автотехобслуживания и ремонта 80% автосервисов работает на арендуемых площадях и в большинстве своем на условиях краткосрочной аренды;

- недостаток средств для инвестирования и развития вследствие проблемы получения кредитов. Спрос на микрокредиты удовлетворяется примерно на 10%. Ос-

новная причина – невозможность предоставления в залог собственности из-за ее отсутствия. На фоне этих проблем малых АСП обостряются и другие:

- отсутствие притока квалифицированных кадров;
- недоступность информации от производителя по технологии ремонта, особенно на современные автомобили;
- несовершенство системы контроля по использованию сервисного оборудования;
- отсутствие регулирования допуска предприятий к отдельным видам работ, связанным с воздействием на системы обеспечения безопасности автомобиля, а также к работам, представляющим опасность для окружающей среды.

Из всех проблем крупных и крупнейших городов одной из самых острых является проблема, связанная не только с загрязнением окружающей среды, но и с размещением транспортных сооружений: автостоянок, автозаправочных станций, станций технического обслуживания и других объектов автосервиса. За последние 20 лет потребность в городских площадках для размещения объектов автосервиса возросла в 13-15 раз. Данная проблема пока не решается на общегосударственном уровне, а местные программы носят лишь декларативный характер. Размещаемые бесконтрольно, а зачастую и с нарушением экологического и санитарно-эпидемиологического законодательства, предприятия автосервиса отрицательно воздействуют на структуру города, его транспортную сеть и окружающую среду. Размещение этих предприятий, их количество, а главное, их оснащенность и экологическая безопасность не отвечают ни потребностям в обслуживании, ни обеспечению безопасности жизненной среды города. Кроме того, в большинстве городов АСП расположены крайне неравномерно. В результате скопления предприятий в одной области города создается повышенная нагрузка на окружающую среду региона, снижается прибыль вследствие усиленной конкуренции. Для решения этой проблемы муниципальные образования совместно с дилерскими автоцентрами должны разработать или скорректировать план разме-

щения объектов автосервиса как составной части генерального плана застройки города с применением научно обоснованных методов и моделей.

Одним из решений данных проблем АСП РФ может являться развитие фирменного сервиса в России. На фирменных предприятиях автосервиса действуют стандарты и нормативы производителя, по которым осуществляется отбор претендентов на дилерские сервисы. На этих предприятиях регулярно проводятся сертификация и обучение персонала, повышение стандартов обслуживания, имеются требования производителя по допуску сервисного оборудования; осуществляется регулярный контроль качества как по работе с автомобилями, так и по работе с клиентами, соблюдается корпоративная дисциплина. Интересы и стандарты производителя требуют от дилерских центров также выполнения санитарно-эпидемиологических норм. Фирменные автоцентры – крупные предприятия, поэтому для них в меньшей степени характерна проблема нехватки финансовых ресурсов для развития своего бизнеса.

В развитых странах действует принцип: кто автомобиль производит, тот его и обслуживает. В результате этого предприятия фирменного сервиса охватывают до 40% объема рынка услуг по ТО и Р автомобилей, тогда как в России эта цифра составляет порядка 15%. Наиболее развита на российском рынке сервисно-сбытовая сеть предприятий фирменного автосервиса крупнейших продавцов в своем сегменте, таких как ОАО «АВТОВАЗ» и ОАО «КАМАЗ», которая продолжает интенсивно развиваться.

Увеличение объема продаж и организация производства АТС в России вынуждает зарубежных автопроизводителей также развивать собственные сети официальных дилеров. С 2009 года число официальных дилеров в России крупнейших иностранных производителей (Chevrolet, Ford, Hyundai, Toyota) увеличилось почти в 1,5 раза. Более того, существует конкуренция в крупных и средних городах между дилерами одной марки. Поэтому в настоящих условиях необходима координа-

ция их действий по разделению территории на зоны обслуживания, прогнозированию спроса на услуги в этих зонах, оптимальному территориальному размещению АСП и расчету их мощности в целях увеличения прибыли, процента охвата потребителей, более равномерного распределения заявок на ТО и Р, снижения длины очереди.

Однако на сегодняшний день производители недостаточно контролируют деятельность дилеров. Существующие стандарты производителей направлены лишь на достижение дилерами определенных внутренних стандартов, в том числе эко-

логических, и соблюдение законодательства. Дальнейшего качественного развития производители от дилеров не требуют. Сертификация по международным стандартам ISO для получения статуса официального дилера не является обязательной. Поэтому развитие фирменного сервиса должно происходить по пути не только увеличения количества фирменных СТО и их рыночной доли в обслуживании автопарка, но и качественного улучшения взаимодействия автозаводов и автодилеров при ужесточении экологических и иных требований к дилерам.

Список литературы

1. Анисимов А. П. Экономика, планирование и анализ деятельности автотранспортных предприятий. – М. : Транспорт, 2009. – 245 с.
2. Бачурин А. А. Анализ производственно-хозяйственной деятельности автотранспортных организаций : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений / под ред. З. И. Аксеновой. – М. : Изд. центр «Академия», 2009. – 320 с.
3. Петрыченков С. Н. Организация комплексного автосервиса. – М. : Транспорт, 2010. – 219 с.
4. Кузнецов Е. С. Техническая эксплуатация автомобилей : учебник для вузов / Е. С. Кузнецов, Г. М. Напольский, В. Д. Чепурный / под ред. Г. В. Крамаренко. – М. : Транспорт, 2009. – 488 с.
5. Улицкий М. П. Организация, планирование и управление в автотранспортных предприятиях : учебник для вузов / М. П. Улицкий, К. А. Савченко-Бельский, Н. Ф. Билибина. – М. : Транспорт, 2009. – 328 с.

E. V. Romaneeva*

**Romaneeva Elena, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_eio@tolgas.ru*

QUALITY OF SERVICE AS COMPETITIVENESS FACTOR OF THE COMPANY

Keywords: competitiveness, quality, service, quality system, certification.

Quality of service is becoming one of the main factors determining the commercial success of the company, its competitiveness. The problem of quality of service is particularly relevant, as high quality of service for vehicles is important for the society as a whole, since it contributes to the reliability of vehicles, road safety and better environmental situation in big cities.

© Романеева Е. В., 2014

УДК 339.1

П. В. Корчагин*

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

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

kaf_eio@tolgas.ru

Ю. Г. Левашова*

**Левашова Юлия Геннадьевна, экономист*

ООО «Тольятти-продукт», г. Тольятти

monty_07@list.ru

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В ПОСТРОЕНИИ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕГИОНА

Ключевые слова: бренд, брендинг, конкурентоспособность предприятия, модель, управление брендом.

Формирование системы управления экономическим развитием регионов основывается на использовании методов системного подхода к функционированию различных сфер экономики региона и пропорционально сбалансированному развитию. В научной статье оценка интегрального показателя бренда включает в себя оценку следующих критериев: показатели значимости марки для потребителя, индекс ценности бренда, индекс влияния марки товара на поведение потребителей, показатели узнаваемости марки, индекс потенциальных потребителей.

Формирование системы управления экономическим развитием регионов основывается на использовании методов системного подхода к функционированию различных сфер экономики региона и пропорционально сбалансированному развитию. При этом оптимальное развитие региона достигается за счет реализации следующих системных элементов:

- осуществление структурной перестройки региона;
- расширение сферы инновационности региона;
- увеличение роста инвестиционной привлекательности региона;
- создание условий для деловой активности региона;
- формирование социальной консолидации региона;
- мобилизация регионального потенциала региона.

Данные элементы должны получать отражение в стратегии развития региона, а также основываться на соответствующих правовых и институциональных базах.

Создание благоприятной среды для повышения деловой активности различных субъектов экономической деятельности является наиболее актуальной задачей для управления развитием региона, которая требует расширения стимулирующих мер воздействия на развитие предпринимательской активности и деловых инициатив и одновременное формирование равных условий и правил поведения для участников рыночных отношений, устранения необоснованных привилегий, смягчения и преодоления монополистических тенденций.

В современных условиях прослеживается высокий потенциал региональных и муниципальных механизмов экономического развития, способный влиять на управление. Уровень развитости региона формируется в результате взаимодействия многих факторов. Общепринято считать, что всё многообразие факторов, воздействующих на состояние развитости региона, может быть сведено к четырём группам:

- социально-экономические условия развития региона;

ференцирования, позиционирование и эмоционационирование); 2) формирование в сознании индивидуума образа, релевантного видению разработчика (комплекс маркетинговых коммуникаций, подкрепление основного сообщения через альтернативные каналы, обратная связь, коррекция или усиление программы мероприятий).

Экономическое прогнозирование основано на выявлении способности бренда приносить прибыль и определяет возможные направления в развитии марочного капитала, которые фирма может контролировать маркетинговыми инструментами. Каждая из составляющих марочного капитала анализируется отдельно с точки зрения ее вклада в формирование общей величины капитала. Изучение развития бренда осуществляется по основным направлениям, включающим объемы продаж, изменение рыночной доли, динамику потребления (частоту и объем покупок), а также факторы социально-психологической привязанности потребителей к бренду. Специальные программы компьютерного моделирования позволяют проводить интегрированный многофакторный анализ развития брендов на разных этапах жизненного цикла, определять степень корреляции факторов маркетинговой макро- и микросреды. Показательно, что отношения между отдельными составляющими капитала бренда выражаются скорее как арифметическая операция умножения, а не сложения. Это связано с тем, что слабость или неразвитость отдельных составляющих капитала бренда может свести на нет его преимущества и способность к формированию дополнительной прибыли. Следовательно, для более тщательного изучения и оценки управления брендом необходимо комплексно оценить все составляющие интегрального показателя бренда.

Оценка интегрального показателя бренда включает в себя оценку следующих критериев:

- Показатели значимости марки для потребителя
 - индекс ценности бренда;
 - индекс влияния марки товара на поведение потребителей.
- Показатели узнаваемости марки
 - индекс потенциальных потребителей.

Индекс осведомленности потребителей. Базируясь на знании о бренде, учтенных в процессе его разработки и управления, клиент может составить себе ожидаемую картину о товаре и избежать многих рисков:

- психологических (продукция отрицательно влияет на психологическое самочувствие клиента);
- финансовых (продукция не соответствует своей стоимости);
- временных (когда в результате неудачного использования продукции приходится искать ему замену).

Важны также и основные составляющие процесса разработки и управления брендом для производителя. К ним относится продажа большему числу покупателей большего количества товара по более высоким ценам. Бренд стимулирует лояльность потребителей. Самые сильные бренды могут устанавливать более высокие цены на рынке и зачастую менять отношение потребителей к цене. Другими словами, бренд-ориентированные клиенты, которых больше волнует покупка продукта или услуги данного бренда, нежели ее стоимость, более терпимы к переменам на рынке, в особенности к повышению цены продукта.

Повышение точности прогнозов при построении модели может быть обеспечено на основе интеграции различных методов прогнозирования.

Реализация данных принципов при разработке модели прогнозирования бренда товаров позволит в первую очередь дать математическое описание поведения потребителей по приобретению основных групп товаров и услуг, что делает возможным наиболее точно оценивать последствия изменения различных факторов с точки зрения их влияния на емкость рынка конкретных групп товаров и услуг, определять критические значения факторов, при которых возможно полное прекращение потребления определенной группы продукции или сокращение потребления до минимального уровня.

С целью повышения управления брендом необходимо внедрять комплексные мероприятия по повышению конкуренто-

способности соответствующего предприятия, отрасли, страны.

В результате оценки конкурентоспособности продукции производителем могут быть приняты следующие пути повышения конкурентоспособности:

- изменение состава, структуры применяемых материалов (сырья, полуфабрикатов), комплектующих изделий и/или конструкции продукции;
- изменение порядка проектирования продукции;
- изменение технологии изготовления продукции; методов испытаний, системы контроля качества изготовления, хранения, упаковки, транспортировки и монтажа;
- изменение цен на продукцию, цен на услуги, по обслуживанию и ремонту и цен на запасные части;
- изменение порядка реализации продукции на рынке;

- изменение структуры и размера инвестиции в разработку, производство и сбыт продукции;

- изменение структуры и объемов кооперационных поставок при производстве продукции и цен на комплектующие изделия и состава выбранных поставщиков;

- изменение системы стимулирования поставщиков;

- изменение структуры импорта и видов импортируемой продукции.

Главным подходом при этом является выпуск как можно большего количества новой, пользующейся повышенным спросом продукции, цены на которую будут ниже, чем у конкурентов, а качественные характеристики – выше.

Приоритетным и наиболее целесообразным направлением совершенствования методологии прогнозирования бренда является разработка многофакторной модели, основные принципы формирования которой представлены в табл. 1.

Таблица 1

Принципы прогнозирования бренда

№	Принцип	Характеристика
1	2	3
1	Принцип непрерывности	Требует корректировки прогноза по мере поступления новых данных об объекте прогнозирования или о прогнозном фоне
2	Принцип адекватности прогноза	Характеризует процесс выявления и оценку устойчивых тенденций и взаимосвязей в развитии производства и создании теоретического аналога реальных экономических процессов с их полной и точной имитацией
3	Принцип системности	Требует взаимосвязанности и соподчиненности прогнозов развития объектов прогнозирования и прогнозистического фона
4	Принцип оптимальности	Оптимизация прогнозных значений полезного эффекта и затрат по критерию максимизации экономического эффекта из множества альтернативных вариантов должен быть выбран наилучший
5	Принцип комплексности	Охватывает весь комплекс элементов и условий функционирования предприятия или осуществления конкретного вида деятельности.
6	Принцип целенаправленности	Предполагает ориентацию на четко сформулированную цель деятельности предприятия. Все планируемые организационно-финансовые мероприятия должны обеспечивать достижение именно заданной цели
7	Принцип единства	Означает, что используемые в планировании и прогнозировании показатели должны представлять единую взаимосвязанную систему
8	Принцип методологической преемственности	Сохранение всего прогрессивного и полезного из прошлого опыта, сложившихся традиций
9	Принцип экономичности	Предполагает достижение поставленных целей при минимальных затратах. Для этого используются экономические индикаторы для сравнительной оценки эффективности разных вариантов плановых решений
10	Принцип своевременности	Означает, что формирование плана должно осуществляться в такие сроки, чтобы обеспечивать принятие плановых решений к моменту осуществления необходимых действий по управлению предприятием и его структурными подразделениями
11	Принцип точности	Выступает как критерий качества плановых показателей, которые должны быть обоснованными, в достаточной мере детализированными и конкретными

1	2	3
12	Принцип обоснованности	Означает такое качество планирования и прогнозирования, при котором вся плановая и прогнозная информация максимально приближена к реальной ситуации и получена научно подтвержденными методами
13	Принцип информативности	Состоит в необходимости создания системы информационного обеспечения процесса принятия плановых решений
14	Принцип гибкости	Означает такое свойство плана, при котором обеспечивается его способность менять свою направленность и числовые показатели в соответствии с изменившимися условиями деятельности.
15	Принцип участия	Означает, что в формировании плана и в разработке системы плановых показателей должны в определенной мере участвовать все специалисты предприятия, а в отдельных случаях – также и партнеры по бизнесу
Разработанные принципы		
16	Принцип контроллинга	Позволяет анализировать, прогнозировать и корректировать деятельность организации по достижению плановых целей с учетом интересов деловых партнеров и конечных потребителей
17	Принцип единства распоряительства	Выполнение распоряжений только одного руководителя и подотчетность только одному руководителю
18	Принцип инициативности и вознаграждений	Менеджеры должны стимулировать выдвижение идей подчиненными и обеспечивать вознаграждение за проявленную инициативу
19	Принцип сравнения	Использование информации для своевременного изучения характеристик конкурентных аналогов для выпуска более улучшенной продукции
20	Принцип специфичности	Использование информации различной специфики с учетом особенностей различных областей
21	Принцип экстраполяции	Означает проведение анализа уже существующей ситуации с прогнозом на будущее

Реализация данных принципов при разработке модели прогнозирования бренда товаров позволит в первую очередь дать математическое описание поведения потребителей по приобретению основных групп товаров и услуг, что делает возможным наиболее точно оценивать последствия изменения различных факторов с точки зрения их влияния на емкость рынка конкретных групп товаров и услуг, определять критические значения факторов, при которых возможно полное прекращение потребления определенной группы продукции или сокращение потребления до минимального уровня.

Рынок колбасных изделий как часть мясного рынка является одним из крупнейших среди рынков продовольственных товаров в России, а мясные продукты являются основной составляющей белкового рациона жителей России. Данный рынок имеет весьма устойчивые традиции, и его состояние оказывает существенное влияние на другие сегменты продуктов питания. Известно, что с ростом потребления мясopодуKтов происходит снижение потребления круп и макаронных изделий.

Кроме того, структура потребления мясopодуKтов является индикатором уровня доходов потребителей, что особенно ярко проявляется на рынке колбасных изделий. Для большей систематизации и наглядности анализа, представим методику в виде схемы (рис. 2).

Методика оценки управления брендом предлагает проведение оценки бренда по целому ряду критериев, характеризующих его потенциал. Для автоматизации расчетов по выбранным критериям спроектирована база данных, которая по каждому разделу формирует интегральную оценку, которая получается как результат вычисления рейтинговых оценок специальных индикаторов по каждому разделу. Критерии, выражающие потенциал бренда, – это показатели узнаваемости и значимости марки для потребителей.

На основании выявленных тенденций модель можно представить в виде уравнения, описывающего зависимость между состоянием обеспечивающих подсистем прибыли:

$$Y = 2,98 - 33,68ut + 228,52rt - 79,85dt - 1,38bt + 98478,62t.$$



Рис. 2. Методика анализа рынка колбасной продукции

Таким образом, на основании построения модели оценки влияния развития потенциала бренда рассчитаны пессимистический и оптимистический прогнозы. Дан-

ный прогноз позволяет сделать вывод о влиянии бренда на изменение экономических показателей предприятий.

Список литературы

1. Видяпин В. И. Экономическая теория : учебник. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 672 с.
2. Ильинский Д. Е. Разработка концепции бренда. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 434 с.
3. Клавдиева Е. В. Основы методологии разработки системы ключевых показателей эффективности // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2005. – № 3. – С. 17-22.
4. Котлер Ф., Пферч В. Бренд-менеджмент в B2B сфере. – М. : Вершина, 2007.
5. Кузнецова Е. Ю. Бренд как особая экономическая категория / Е. Ю. Кузнецова, Н. Н. Скорниченко ; под общ. ред. проф. О. И. Кирикова // Экономика России: XXI век : международ. сб. науч. тр. – Выпуск 9. – Воронеж : ВГПУ, 2007. – 252 с.
6. Липунцов Ю. П. Управление процессами. Методы управления предприятием с использованием информационных технологий : учеб. пособие. – М. : ДМК Пресс, 2003. – 224 с.
7. Рагулина Ю. В. Моделирование процессов разработки и принятия управленческого решения // Микроэкономика. – 2008. – № 2.

P. V. Korchagin*

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

Yu. G. Levashova*

**Levashova Yulia, economist
of «Togliatti-product» Ltd., Togliatti
monty_07@list.ru*

SYSTEMATIC APPROACH TO ASSESSMENT MODEL OF INFLUENCE OF BRAND MANAGEMENT FOR REGIONAL COMPANIES

Keywords: brand, branding, competitiveness of the company, model, brand management.

Management system of regional economic development is based on the methods of systematic approach to the functioning of various sectors of regional economy and proportionally balanced development. The article features assessment of integral indicator of the brand, which includes assessment of the following criteria: indicators of the relevance of the brand for the consumer, brand value index, index of brand influence on consumer behavior, indicators of brand recognizability, index of potential consumers.

© Корчагин П. В., Левашова Ю. Г., 2014

МИКРОУРОВЕНЬ

Инвестиции и инновации

УДК 338.242

В. С. Юрина*

**Юрина Владлена Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
v.iurina@yandex.ru*

Е. Е. Спиридонова*

**Спиридонова Елена Евгеньевна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
rio@tolgas.ru*

АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ УСТОЙЧИВОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Авторы благодарны Российскому фонду фундаментальных исследований «Поволжье. Региональный конкурс» (грант № 14-06-97019) за финансовую поддержку данной работы.

Ключевые слова: анализ, устойчивость, инновация, инновационный процесс, инновационная деятельность.

Рассмотрено современное состояние инновационных процессов в экономике нашего государства. Сделан анализ инновационной деятельности, показаны степень её влияния на устойчивый экономический рост, её противоречия, оказывающие воздействие не только на экономические результаты производителей инновационного продукта, но и на темпы инновационных преобразований.

Начало XXI убедительно продемонстрировало, что возможен такой вид бизнеса, который направлен в первую очередь на поддержание устойчивого развития научно-технического прогресса. Сегодня в мире он известен как венчурное финансирование.

В общем виде венчурное финансирование представляет собой выделение прямых инвестиций малым и средним предприятиям, разрабатывающим и производящим в первую очередь продукцию и услуги, базирующиеся непосредственно на высоких технологиях [1].

Слово «венчур», с одной стороны, означает предприятие, а с другой – риск. Определенный объем инвестиций вкладывается в новую, ничем не зарекомендовавшую себя компанию, что является весьма рискованным мероприятием, поэтому такая двойственная трактовка данного понятия весьма уместна. Для финансирования новой компании привлекается капитал из частных источников, то есть принадлежащий какому-то конкретному предприни-

мателю. Под предпринимательским капиталом понимается то, что его предоставляет и управляет им предприниматель, а также это подразумевает то, что он инвестируется в высокотехнологичные предприятия. Главной целью венчурного финансирования является то, что финансовые капиталы одних предпринимателей и интеллектуальные возможности других должны объединяться в определенном секторе экономики, чтобы в новой создаваемой компании обоим предпринимателям принести прибыль.

В качестве достаточно адекватной дефиниции можно использовать следующую: венчурное финансирование – это долгосрочные рискованные вклады частного капитала в акционерный капитал вновь создаваемых малых и средних перспективных компаний, а также зарекомендовавших себя венчурных компаний, которые ориентированы на разработку и производство наукоемких продуктов, для их развития и расширения с целью получения прибыли

от прироста стоимости вложенных инвестиций.

Можно также привести следующие характерные особенности рассматриваемого нами вида финансирования малого предпринимательства [2]:

Венчурное финансирование – это риск и биржевая игра, так как связано с паевыми вложениями в акции.

Венчурный капиталист вкладывает свои средства в акционерный капитал компании. Другую часть капитала составляет интеллектуальная собственность создателей новой компании.

Инвестиции осуществляются в компании, чьи акции не котируются на фондовой бирже.

Капитал инвесторов направляется в малые высокотехнологичные компании, которые ориентированы на разработку и выпуск новой наукоемкой продукции.

Венчурный капитал, который предоставляется новым высокотехнологичным компаниям на средний или длительный срок, может изыматься венчурным капиталистом по собственному желанию и до завершения жизненного цикла компании.

Рискованное финансирование предоставляется только компаниям с потенциальной возможностью роста, а не компаниям, которые уже приносят высокую прибыль.

Вложение венчурного капитала в эксклюзивные малые высокотехнологичные компании – это не только стремление получить более высокие доходы, но и желание создать новые рынки сбыта, получив конкурентные преимущества.

Венчурные инвестиции предоставляются на определенное время.

Венчурный капиталист, направляя инвестицию в новую малую компанию, должен заранее продумать способ реализации своего права на получение прибыли. Иными словами, должен продумать пути выхода в конце жизненного цикла профинансированной компании (через 5-7 лет).

В связи с развитием компании увеличиваются ее активы за счет появления спроса на не вошедшие акции, возникает конкуренция между желающими приобрести новый прибыльный бизнес.

Успешность развития проинвестированной малой компании определяется ростом цены на ее акции, чтобы была возможность прибыльно продать часть или всю компанию, а также возможностью регистрации компании на фондовой бирже и с последующим получением прибыли от купли-продажи акций компании.

Взаимный интерес основателей компании и инвесторов в успешном и динамичном развитии нового бизнеса связан в первую очередь с вероятностью получения больших доходов, а также с возможностью стать участником организации новой прогрессивной технологии, развивающий научно-технический потенциал государства.

Роль инвестора в успешном развитии новой компании заключается не только в быстром предоставлении венчурного капитала, но и во вкладе своего опыта в бизнес и деловых связях, позволяющих расширять направления деятельности компании, способствующих появлению потенциально новых контактов, партнеров и рынков сбыта.

Венчурному капиталу присущ также ряд дополнительных особенностей помимо ориентации на небольшие успешно развивающиеся перспективные компании:

1. Владелец венчурного капитала интересуется непосредственно приростом самого капитала, и поэтому для прибыльной реализации необходим выход нового предприятия на рынок для продажи акций. Весь период, пока предприятие не получает прибыли от инвестиций, вложенный в компанию, капитал инвесторов неликвиден и венчурный капиталист не получает прибыли. После выхода компании на фондовый рынок инвесторы начинают получать прибыль за счет продажи своих пакетов акций, за счет надбавки, существенно отличающейся от суммы первоначально вложенных средств

2. Особенностью рискованного финансирования является то, что инвестор не стремится купить контрольный пакет акций предприятия, этим он принципиально отличается от «стратегического инвестора» или «партнера». Приобретая меньший пакет акций, венчурный капиталист рассматривает на управляющее звено компа-

нии, использующее эти средства как финансовый рычаг для обеспечения более динамичной и успешной реализации проекта. Другими словами, инвестор берет на себя основной финансовый риск и перекладывает его на менеджмент с контрольным пакетом акций компании.

Исходя из характера венчурного предпринимательства любая инвестиция в развитие новых предприятий является высоко рискованной финансовой операцией. В случае неуспешного развития предприятия венчурный инвестор теряет все вложенные средства, и чтобы уменьшить риски, инвесторы стремятся активно участвовать в управлении предприятием, входя в Совет директоров. Путем минимизации риска является распределение своих средств между несколькими проектами, а также несколько инвесторов могут поддерживать один проект. При венчурном финансировании применяется выделение ресурсов в виде нескольких этапов, когда каждая следующая стадия развития компании финансируется в зависимости от успеха предыдущей. Владельцы венчурного капитала, направляя инвестиции туда, куда банки по определенным причинам инвестировать не решаются, не только получают обычные или выгодные акции, но и оговаривают условие, когда инвестор имеет право в переломный момент обменять их на простые для контроля над «захромавшей» компанией и попытаться за счет изменения стратегии развития избежать банкротства.

Все эти и многие другие дополнительные меры принимаются инвесторами с целью получить прибыль и в случае неудачи одной или двух инвестиций из десяти.

Венчурный капиталист участвует в управлении проинвестированной компанией, пока она не станет привлекательной непосредственно для покупателей. Не обращая внимания на корень венчурного финансирования, который определенно связан с риском, именно чрезмерный риск является существенным стимулирующим фактором для потенциального инвестора, рассчитывающего выгодные стратегии вложения свободных денег: купить акции газовой компании, вложить деньги в новое предприятие, разрабатывающее техноло-

гии завтрашнего дня, что весьма рискованно, или положить деньги в банк под низкой, но не создающий рисков процент. Однако необходимо заметить, что финансовых операций, исключающих какие-либо риски, в принципе не существует. Существует множество ситуаций, когда прогорают и газовые компании и остаются банкротами самые надежные банки, а риск, кажущийся слишком большим и совершенно очевидным, часто оказывается явно преувеличенным.

3. Следующей не менее характерной особенностью венчурного финансирования является то, что капитал инвесторов всегда особо чутко реагирует на формирующийся спрос и следует за ним. Иными словами, инвестиции охотнее направляются в отрасли, связанные с возможностью быстрой и доходной реализации наукоемкой продукции, на которую есть или формируется выгодный спрос, приносящий наибольшую прибыль. Несомненно, через некоторое время программное обеспечение не будет приносить такие прибыли, и это приведет к существенному сокращению венчурных инвестиций. Это говорит о том, что для венчурного финансирования не может быть постоянно привлекательных отраслей определенного сектора экономики. Постоянным является лишь желание венчурных капиталистов к умножению своих активов.

Подводя итог, необходимо отметить, что венчурное финансирование – это высокорисковое вкладывание частного капитала в перспективные высокотехнологичные небольшие компании, способные производить пользующиеся огромным спросом наукоемкие продукты или услуги. Но все же ставить знак равенства между венчурными и высокорисковыми вложениями не корректно, потому что любое финансирование, в том числе и простое предоставление кредита и даже такой шаг, как одолжить на время определенную сумму денег другу, – это тоже является определенным риском.

Рассмотрим несколько характерных особенностей и отличий венчурного финансирования от других известных нам.

Во-первых, в обмен на реальные средства инвестор сначала получает на длительное время только условный эквивалент в виде доли еще не существующей высокотехнологичной компании. Данная доля предоставляется ему также в условных единицах – в виде акций, которые еще не котируются на фондовом рынке и не могут быть сразу же обменены на деньги, поскольку компания не зарегистрирована на бирже. Это говорит о том, что полученные акции малоликвидны или вообще неликвидны. Кроме того, они полностью распределены между физическими и юридическими лицами – акционерами. Инвестиции частично могут направляться в такие ЗАО или ОАО в обмен на пакет акций в форме инвестиционного кредита на 3-7 лет. Но отличительной особенностью форм инвестирования является очень высокая стоимость финансовой поддержки начинающей венчурной компании.

Отличием от этой формы инвестирования является то, что банковский процент кредита всегда существенно выше, чем у венчурных капиталистов. Однако венчурные капиталисты не изменяют величины доходности за все время существования компании, не страхуют свои риски, активно помогают новому предприятию своими советами, делятся опытом и деловыми связями, не оказывая при всем при этом давления и не осуществляя серьезного контроля над расходованием средств.

Во-вторых, венчурные капиталисты не требуют ежегодных и ежеквартальных выплат по процентам. Это является одним из основных требований и принципов банков.

В-третьих, банки, располагая большими финансовыми возможностями, нежели венчурные капиталисты, не предоставляют кредиты на длительный срок.

В-четвертых, банки часто выделяют средства под ликвидный залог, а венчурные капиталисты не требуют этого же от компаний, у которых не может быть ликвидных средств.

В-пятых, главное различие между деньгами, которые получены предприятиями в виде банковского кредита, и акционированием в следующем – банкиры получают

прибыль в виде процентов со ссуды и ее погашения, а ссуженные деньги гарантируются или активами самого предприятия и другими ликвидными активами. Финансирование за счет венчурного капитала не обеспечивается гарантиями – инвесторы и акционеры венчурного капитала принимают полностью на себя финансовый риск неудачи.

В-шестых, если компания не выполняет точно в срок обязательства, то банк может объявить компанию банкротом и перспективы ее развития становятся ненадежными. При венчурном финансировании основатель компании и инвестор становятся добровольными деловыми партнерами, которые имеют долю в акциях компании. Их прибыль прямо зависит от успешности развития компании. Следовательно, все претензии по поводу небольшой прибыли предъявляются только сами себе.

В-седьмых, банки осторожны и консервативны, и потому в отличие от венчурных капиталистов избегают излишних рисков.

В отличие от банков венчурные капиталисты и высокорисковый фондовый рынок имеют дело с акциями, на которые рассчитывается привлечь заемные средства не только для возврата вложенных средств, но и для получения приличной прибыли. Поэтому для них главным критерием является точное определение соотношения риски/прибыль. Инвестор, который прямо вкладывает деньги в венчурную высокотехнологичную компанию, обязательно должен определить, насколько рентабельным будет предприятие, и сравнить этот показатель с возможной прибылью в другом бизнесе. Венчурному капиталисту приходится вместе с предприятием переносить по крайней мере пять рискованных этапов, которые проходит любое новое высокотехнологичное предприятие с ограниченными финансовыми ресурсами, прежде чем первый инвестор наконец сможет получить ожидаемую прибыль:

1. Зарождение компании.
2. Привлечение первых основных серьезных инвестиций венчурного капитала.
3. Развитие компании до начала производства новой наукоемкой продукции.

4. Расширение компании до тех пор, пока она не станет высококорентабельной и привлекательной для желающих приобрести ее.

5. Продажа компании или ее акций, размещенных на фондовой бирже, и возвращение инвестору в полном объеме вложенных им средств, а также существенной прибыли.

Степень риска для инвестора на каждом из перечисленных основных этапов развития компании не одинакова. На начальном этапе любому новому высокотехнологическому предприятию необходим конкретный ученый или техник, который разработал некую идею или новую технологию, то есть человек, у которого нет ничего, кроме самой идеи.

Получив капитал инвесторов, малые высокотехнологические предприятия с этого момента переходят в совершенно новый формат, становясь венчурной компанией или компанией, развивающейся за счет венчурного капитала. Венчурное финансирование выгодно и перспективно как для начинающих предпринимателей, создающих новое малое высокотехнологическое предприятие, так и для владельцев венчурного капитала, желающих вложить имеющиеся в их распоряжении свободные средства в наиболее доходное предприятие.

Вместе с тем возникает вопрос: «Что такое малое предприятие и почему венчурный капитал предпочитает именно его?» [4].

Какого-либо единого для всех стран однозначного критерия для отнесения той или иной компании к категории малых предприятий не существует. Своеобразным ориентиром может служить показатель, распространенный в США и Великобритании: если некое конкретное лицо имеет в своем распоряжении не менее 20% акций компании от всей ее стоимости, то такая компания должна считаться малой при условии, что эта доля в компании обладает правом голоса. Несомненно, данный критерий является относительным, так как у компании могут быть сразу несколько основателей, каждый из которых не будет обладать контрольным пакетом акций. Во многих малых компаниях, для того чтобы заинтересовать сотрудников в

эффективной работе предприятия, нередко вместо зарплаты выдают акции, соответственно делая работников акционерами собственной компании. Это ведет к перераспределению первоначального пакета акций компании между значительным числом держателей ценных бумаг.

Чтобы частично обойти объективно возникающие сложности точного определения принадлежности нового предприятия к малым, в некоторых странах был введен и второй показатель, связанный с численностью сотрудников компании.

Конечно, далеко не все малые предприятия нуждаются в венчурном капитале, но, с другой стороны, только некоторые из них смогли бы его получить, поскольку венчурные капиталисты вкладывают средства только в растущие компании с перспективами расширенного производства такого нового товара, который мог бы пользоваться повышенным спросом и приносить высокую прибыль. Если малая компания потенциально не способна обеспечить средний рост годового товарооборота свыше 10% в течение 5 лет, то она не попадет в сферу интересов инвестора венчурного капитала. Совершенно не привлекательными для венчурных капиталистов являются малые компании, главной целью которых является не расширение производства пользующегося спросом продукта, а обеспечение своим владельцам высокого уровня жизни и весьма комфортных условий труда. Такие малые предприятия способны оставаться на плаву, но не смогут создать условия для получения инвестором высокой прибыли на вложенный капитал.

Опыт некоторых стран свидетельствует о том, что более всего требованиям венчурного финансирования отвечают молодые высокотехнологические предприятия, поскольку темпы их экономического роста намного выше, чем у любых малых и средних частных компаний, специализирующихся в ином секторе бизнеса. Нельзя не заметить, что малые высокотехнологические компании работают на самых передовых рубежах науки и техники и поэтому способны обеспечить быстрый рост экспорта наукоемких товаров или выпуск

конкурентоспособной импортозамещающей продукции на внутренний рынок. Однако стоимость таких наукоемких товаров гораздо выше, чем традиционных сырьевых или других товаров, не связанных с использованием высоких технологий. При этом малые высокотехнологичные предприятия быстро создают новые рабочие места, в том числе и для наиболее квалифицированного персонала, к которым относят ученых, конструкторов, технологов. Это позволяет сохранить и развить научный потенциал страны и общую культуру ее граждан. Доказан тот факт, что чем больше прослойка ученых в обществе, тем более образованна вся нация.

Пожалуй, самое главное заключается в том, что именно такие малые предприятия наиболее эффективны в развитии инновационного процесса, так как они всегда работают только с новаторскими идеями, а это ведет к быстрому распространению и применению новейших технологий. Мировой опыт показывает, что наибольшую часть фирм и компаний, занятых в инновационном бизнесе, составляют малые предприятия. Это вполне закономерно, поскольку малый бизнес более восприимчив к нововведениям, чем более крупные корпорации. Он способен гораздо быстрее перестраивать производство и внедрять инновации, а также не только разрабатывать новые технологии, но и доводить их до стадии промышленного производства наукоемкой продукции. На решение таких задач малые предприятия затрачивают в четыре раза меньше времени, чем крупные предприятия. Подобная высокая продуктивность связана с тем, что из-за ограниченности финансовых ресурсов малые предприятия заинтересованы именно в ускоренной разработке технических инновационных проектов, что чрезвычайно важно и выгодно со всех точек зрения для экономического развития страны.

Государство предусматривает механизмы финансового и правового стимулирования рискованных инициатив, активно поддерживая деятельность венчурного предпринимательства. Благодаря созданию климата, благоприятного для деятельности венчурного бизнеса, на данный момент в

экономическом развитии некоторых стран на долю малых венчурных компаний приходится больше половины всех инноваций. Через эту ситуацию должна пройти и наша страна. Малые и средние инновационные предприятия, как и весь реальный сектор экономики России, испытывают значительный недостаток инвестиций и заемного капитала [3].

Самый важный вопрос для венчурных инвесторов – это ликвидность инвестиций. Важнейшим инструментом ее обеспечения является продажа венчурными инвесторами своих акций на фондовом рынке. Стратегический инвестор в виде крупных промышленных производителей обеспечивает широкомасштабное тиражирование наукоемкой продукции и освоение значимых сегментов рынка.

Существует ряд определенных проблем, препятствующих развитию венчурной индустрии в России. Назовем основные:

- неразвитая инфраструктура, которая обеспечивает появление в научно-технической сфере России новых и развитие существующих малых и средних быстрорастущих технологических инновационных компаний, способных стать привлекательными объектами для рискованного инвестирования;

- отсутствие российского капитала в венчурной индустрии России – основной фактор привлекательности страны для зарубежных инвесторов;

- низкая подвижность венчурных инвестиций, которая обусловлена недостаточной развитостью фондового рынка, являющегося инструментом свободного выхода венчурных фондов из проинвестированных предприятий;

- отсутствие экономических стимулов для привлечения прямых инвестиций в предприятия высокотехнологичного сектора, обеспечивающих приемлемый риск для венчурных инвесторов.

Имеются сдерживающие развитие венчурной индустрии факторы:

- недостаточная информационная поддержка венчурного сектора в России;

- недостаточное количество квалифицированных управляющих венчурными

фондами и низкий уровень инвестиционной культуры предпринимателей;

– сложная регистрация венчурных фондов в российской юрисдикции.

Имеющийся мировой и отечественный опыт развития венчурной индустрии позволил сделать вывод о необходимости оказания помощи на государственном уровне в решении указанных выше проблем и устранении задерживающих препятствий. Это позволит значительно ускорить развитие и повысить эффективность зарождающейся в России венчурной индустрии. С этой целью разработана Концепция развития венчурной индустрии в России. Она определяет основные направления и задачи государственной политики в развитии венчурной индустрии в России, а также механизмы ее реализации, необходимые затраты и ожидаемые результаты.

На ведущих инновационных предприятиях созданы инновационная структура и культура управления, в которых направления технологического развития переходят в общие стратегические планы, политика роста непосредственно связана с постоянной разработкой перспективной продукции и освоением новых сфер бизнеса [7]. Для таких предприятий характерны децентрализация управления инновационной деятельностью и широкое использование принципов малого предпринимательства, основанного на использовании так называемого «рискового», или венчурного, капитала.

Для российских предприятий инновации становятся основным критерием конкуренции и важным условием развития на рынке. Поэтому особо большое значение приобретает способность предприятий энергично приступить к реализации инновационного проекта и эффективно управлять им [6].

Среди руководителей компаний растет важность того факта, что отсутствие должного внимания к инновациям зачастую рушит перспективы дальнейшего существования самого предприятия. Основными методами усиления конкурентоспособности является обеспечение преимуществ пе-

ред другими конкурентами. Приоритеты инновационной деятельности ограничены недостаточной конкурентоспособностью отечественных товаров для выхода на мировые рынки. Предприятия, ориентируясь на удовлетворение внутреннего спроса, в большей мере склонны к расщеплению производства и внедрению импортозамещающей продукции [3].

Перечисленные значимые цели заменяют важную задачу инноваций – достижение высокого уровня конкурентоспособности отечественной продукции, который позволит завоевывать новые внешние рынки сбыта. Российские предприятия не строят прогрессивных перспектив относительно возможности выхода на новые рынки сбыта за рубежом, что выражается в минимальном рейтинге соответствующих целей инновационной деятельности.

Стратегия устойчивой инновационной деятельности должна сопровождаться разумным риском и возможностью получения значимой прибыли в случае успеха. Уязвимость инновационного предпринимательства, особенно на начальных этапах его развития, привела к значительным потерям в сфере инновационного бизнеса, что приводило к частым банкротствам и нестабильности в этой сфере [5].

В подтягивании развития именно технологического трансферта ключевую роль играют правительства, поскольку генерирование знаний и инновации не могут опираться только на рыночные регуляторы. Задачами государственной политики в этой области являются поддержка инновационных исследований, то есть государственное финансирование, налоговые льготы и защита интеллектуальной собственности [7].

Подводя итог, необходимо отметить, что недостаток инвестирования в сектор инновационных исследований со стороны частных инвесторов ведет к тому, что на государственном уровне должны приниматься меры по созданию стимулов к устойчивой инновационной деятельности [3, 5].

Список литературы

1. Асаул А. Н., Карпов Б. М., Перевязкин В. Б., Старовойтов М. К. Модернизация экономики на основе технологических инноваций. – М. : АНО ИПЭВ, 2008. – 606 с.
 2. Головкова И. А. Проблемы и перспективы развития предпринимательства в инновационной сфере // Теоретические и прикладные исследования социально-экономической системы : материалы II научно-практической конференции магистрантов (26 ноября 2010 г.). – М., 2010.
 3. Гохберг Л. М. Инновационная деятельность в российской экономике. Состояние и проблемы // Инновационная политика и инновационный бизнес в России. Аналитический вестник. – М., 2005.
 4. Карданов Н. М. Малый бизнес как элемент инновационной среды / Финансовый университет при правительстве РФ. – М., 2011.
 5. Кудинова Г. Э. Экономический механизм обеспечения устойчивого развития микро-экологических систем региона : дис. ... к.э.н. – Тюмень, 2004. – 190 с.
 6. Комитет по научно-техническим инновациям и высоким технологиям. Рекомендации парламентских слушаний на тему «Приоритеты поддержки отечественной науки и механизмы стимулирования инновационной деятельности». – М., 2008.
 7. Писаренко О. А. Развитие инновационной деятельности предприятий малого и среднего бизнеса. – М., 2004. – С. 155.
-

V. S. Yurina*

**Yurina Vladlena, PhD in Economics, Associate Professor
of Volga Region State University of Service, Togliatti
v.iurina@yandex.ru*

E. E. Spiridonova*

**Spiridonova Elena, PhD in Economics, Associate Professor
of Volga Region State University of Service, Togliatti
rio@tolgas.ru*

**ANALYSIS OF THE PROSPECTS
OF SUSTAINABLE INNOVATIONS IN BUSINESS**

Keywords: analysis, stability, innovation, innovation process, innovative activity.

The article analyzes current general state of innovation processes in the economy of our country. The authors consider innovative activity, the extent of its impact on sustainable economic growth, and its contradictions, affecting not only the economic results of the direct producers of an innovative product, but also the innovation speed.

© Юрина В. С., Спиридонова Е. Е., 2014

Предприятия

УДК 331

Г. В. Ветошко***Ветошко Галина Владимировна, ст. преподаватель**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*

kaf_eiu@tolgasru

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСА ПРЕДПРИЯТИЯ

Ключевые слова: конкуренция, конкурентный статус, методы оценки конкурентоспособности.

Главной проблемой в определении конкурентного статуса фирмы становится проблема оценки степени достаточности развития стратегического потенциала фирмы и условий внешней среды для создания и поддержания на высоком уровне конкурентного преимущества фирмы.

Под конкурентным статусом предприятия понимается комплексная сравнительная характеристика предприятия относительно конкурентов, которая отражает его внутренний потенциал, позицию в конкретных сегментах рынка и способность удерживать ее под воздействием дестабилизирующих факторов внешней среды.

Для расчета конкурентного статуса предприятия может быть использована формула, предлагаемая И. Ансоффом:

$$КСФ = \frac{(I_F - I_K)}{(I_0 - I_K)} \times \frac{S_F}{S_0} \times \frac{C_F}{C_0}$$

где I_F – уровень стратегических капитальных вложений фирмы;

I_K – критическая точка объема капитальных вложений, находящаяся на границе прибылей и убытков и показывающая, что объем капитальных вложений ниже этой точки не приводит к получению дохода;

I_0 – точка оптимального объема капитальных вложений, после которой увеличение капитальных вложений приводит к снижению дохода;

S_F, S_0 – соответственно действующая и «оптимальная» стратегия фирмы;

C_F, C_0 – соответственно имеющиеся и оптимальные возможности фирмы.

Если $КСФ = 1$, то фирма может обеспечить себе исключительно сильный кон-

курентный статус и будет одной из самых эффективных.

Если хотя бы один из показателей равен нулю, то фирма не получит прибыли.

И. Ансоффом предлагаются следующие градации КСФ:

$0 < КСФ \leq 0,4$ – слабая позиция;

$0,5 < КСФ \leq 0,7$ – средняя позиция;

$0,8 < КСФ \leq 1,0$ – сильная позиция.

Конкурентный статус фирмы должен характеризовать предпосылки достижения фирмой того или иного уровня конкурентного преимущества, отвечать на вопросы: обеспечены ли ресурсами всех видов способности фирмы для захвата лидирующих позиций в отрасли (на мировом рынке); достаточно ли благоприятны и в какой мере используются фирмой условия внешней среды для создания и поддержания на высоком уровне конкурентного преимущества фирмы.

Уровень конкурентного преимущества фирмы (КПФ) предопределяется его конкурентным статусом:

$$Укпф = С (КПФ).$$

Главной проблемой в определении конкурентного статуса фирмы становится проблема оценки степени достаточности развития стратегического потенциала фирмы и условий внешней среды для создания и поддержания на высоком уровне конкурентного преимущества фирмы.

Среди основных методов оценки конкурентоспособности предприятия можно выделить следующие:

- метод на основе теории мультипликаторов;
- метод на основе расчёта интегрального показателя;
- матричный метод;
- метод оценки с точки зрения производственного потенциала;
- метод, основанный на анализе сравнительных преимуществ;
- метод, базирующийся на теории качества товара;
- метод, построенный на основе теории эффективной конкуренции;
- метод, основанный на теории равновесия предприятия и отрасли.

Одним из множества наиболее часто применяемых методов оценки уровня конкурентоспособности является метод, основанный на положениях теории мультипликаторов.

Механизм мультипликации характеризует цепочку последовательной зависимости эффектов и вызвавших их стимулов. Количественная величина мультипликатора (M) рассчитывается по формуле:

$$M = \frac{n - (n+1)r + r^{n+1}}{(1-r)^2},$$

где n – порядковый номер периода, в ходе которого имел место тот или иной эффект;

r – предельная склонность к потреблению;

$$r = \frac{\Delta C}{\Delta R}$$

где ΔC – прирост потребления;

ΔR – прирост дохода.

Метод мультипликации применим для тех предприятий, которые хотят вложить инвестиции в развитие своего стратегического потенциала и в мероприятия, способствующие приспособлению предприятия к изменениям внешней среды, и получить от этого вложения определённый эффект.

Это простое средство анализа, основанное на оценке качества удовлетворения потребностей потребителей в перспективе.

Другим методом оценки конкурентоспособности является метод количественного анализа на основе расчёта интегрального показателя.

Конкурентоспособность – многогранное понятие, на которое оказывает влияние большое количество факторов.

Конкурентоспособным оказывается то предприятие, у которого оказывается товар, удовлетворяющий потребности покупателя оптимальным образом, и наиболее эффективное производство этого товара.

Интегральный показатель уровня конкурентоспособности предприятия (K) включает в себя два элемента – критерий, отражающий степень удовлетворения потребностей потребителя, и критерий эффективности производства:

$$K = K_1, K_2,$$

где K_1 – уровень конкурентоспособности товара (степень удовлетворения потребностей покупателей);

K_2 – уровень эффективности производственно-хозяйственной деятельности, оцениваемый по сравнению с конкурентами.

Численную характеристику конкурентоспособности товара определяют по формуле:

$$K_1 = \frac{T}{\mathcal{E}},$$

где T – показатель конкурентоспособности по техническим параметрам;

\mathcal{E} – показатель конкурентоспособности по экономическим параметрам;

$$T = \sum_{i=1}^n a_i \frac{\Pi_i}{\Pi_i^o},$$

где Π_i – абсолютное значение i -го технического параметра исследуемого материала;

Π_i^o – абсолютное значение i -го технического параметра, принятого за базовый;

$\frac{\Pi_i}{\Pi_i^o}$ и $\frac{\Pi_i^o}{\Pi_i}$ – относительный показатель качества материала по i -тому показателю;

a_i – коэффициент весомости i -го показателя (определяется экспертным путём).

Показатель конкурентоспособности товара по экономическим параметрам определяется по формуле:

$$\mathcal{E} = \sum_{j=1}^m e_j \Phi_j,$$

где e_j – частный индекс затрат на переработку анализируемого материала относительно базового образца;

Φ_j – доля j -того вида затрат в цене потребления базового образца;

$$e_j = \frac{C_j}{C_j^o}; \quad \Phi_j = \frac{C_j}{C^o},$$

где C_j^o – стоимостное выражение затрат на приобретение и переработку базового образца по j -тому виду издержек;

C_j – стоимостное выражение затрат на приобретение и переработку анализируемого материала по j -тому виду издержек;

C^o – цена потребления анализируемого изделия.

Эффективность производственно-хозяйственной деятельности (K_2) определяется путём сравнения качественных показателей деятельности предприятия с аналогичными показателями производственно-хозяйственной деятельности конкурентов.

На практике чаще всего для расчёта этого критерия используют такие показатели эффективности производственно-хозяйственной деятельности, как рентабельность

активов, рентабельность собственного капитала, средняя за определённый период норма рентабельности.

Если $K < 1$, то исследуемое предприятие не является конкурентоспособным, когда $K = 1$, это значит, что уровень конкурентоспособности предприятия соответствует низшему уровню конкурентоспособности на рынке, а если $K > 1$, предприятие конкурентоспособно и обладает рядом преимуществ по отношению к его конкурентам.

Каждая из групп характеристик включает ряд показателей, которые описывают факторы как движущие силы процесса обеспечения высокого уровня конкурентоспособности предприятий.

Учитывая, что громоздкий перечень показателей затрудняет проведение детальных сопоставлений, был отобран ряд показателей для оценки конкурентоспособности предприятия (рис. 1).

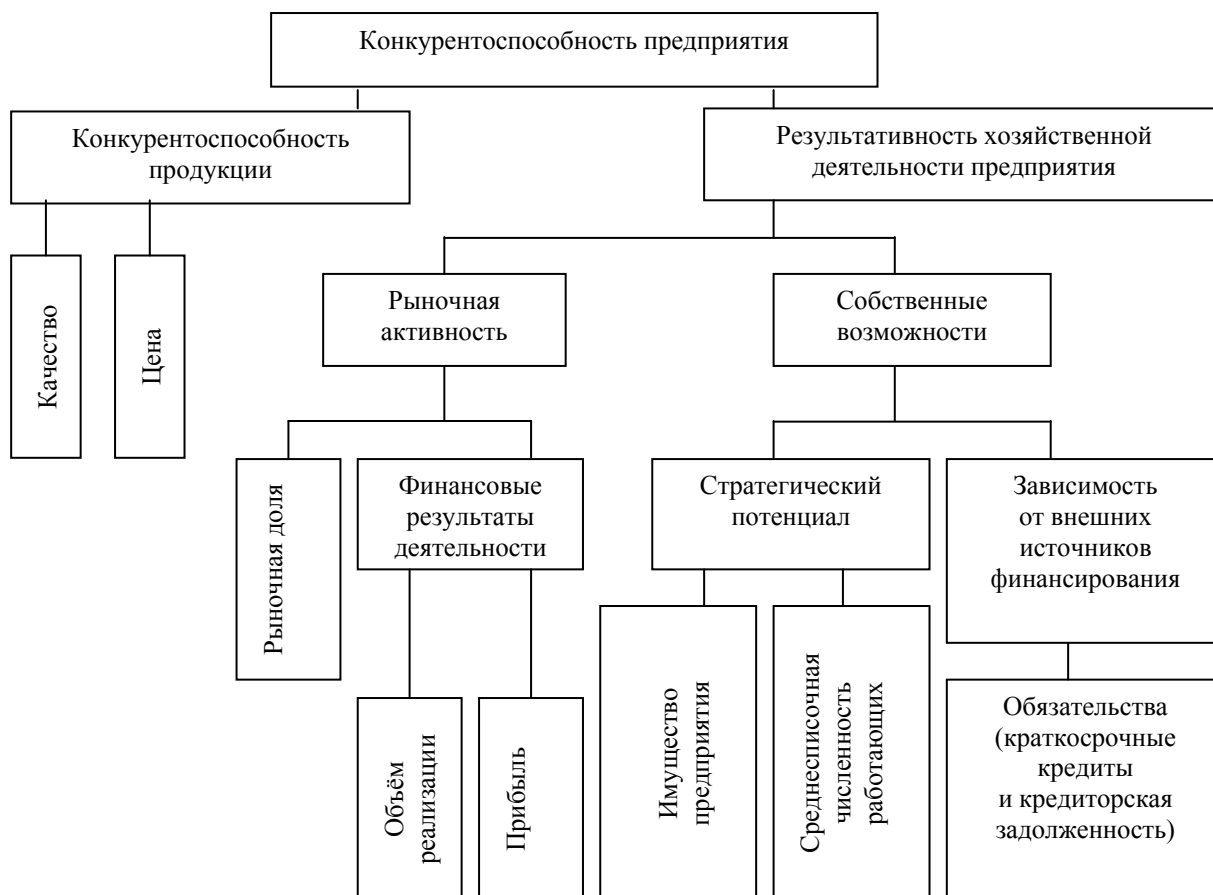


Рис. 1. Показатели оценки конкурентоспособности предприятия

Значение системы показателей обусловлено тем, что каждый из них характеризует ту или иную сторону деятельности предприятия, её динамику, а вся система показателей в целом охватывает все важнейшие аспекты деятельности предприятия. Поэтому возникает необходимость разработки методики оценки конкурентоспособности предприятия с учётом комплексного влияния на её уровень рассмотренных факторов, которая будет основываться на существующих методах оценки и анализировать конкурентоспособность предприятия в динамике с целью выявления резервов повышения его конкурентоспособности и возрастания заинтересованности предприятия выпускать конкурентоспособную продукцию.

Интегральный метод предусматривает комплексный подход к оценке конкурентоспособности предприятия и является достаточно наглядным средством, позволяющим

получить однозначные оценки конкурентных позиций предприятия. Широко распространён матричный метод оценки конкурентоспособности предприятия. Основой этого метода является матрица, разработанная Бостонской консультативной группой (БКГ), которая характеризует относительную долю предприятия на рынке при изменяющихся темпах роста его ёмкости. На каждом этапе жизненного цикла предприятие может реализовать продукт определённой технологии в тех или иных объёмах, что отражается в занимаемой доле на рынке и динамике продаж. Критерием конкурентоспособности выступает большая доля продаж на быстро растущем рынке.

На основе матрицы БКГ впоследствии разработана матрица «Мак-Кинзи», которая характеризуется такими комплексными показателями, как привлекательность рынка и конкурентный статус предприятия (рис. 2).

Привлекательность СЗХ	Высокая	Оптимизировать («звёзды»)	Усилить или держать («дикие кошки»)
	Низкая	Извлекать полную выгоду («дойные коровы»)	Уйти («собаки»)
		Сильная	Слабая

Позиция предприятия в конкуренции (конкурентный статус)

Рис. 2. Матрица «ДженералЭлектрик – Мак-Кинзи»

Матричные методы позволяют исследовать развитие процессов конкуренции в динамике. Однако экспертная оценка уровня показателей по двух- или трёхбалльной шкале (высокий, средний и низкий уровень) без выделения начисности показателей делает подход чрезмерно упрощённым.

Так как в основе конкурентоспособности лежит продуктивность использования ресурсов (уровень полезности стратегического потенциала предприятия), её оценку можно производить с точки зрения производственного потенциала – совокупности ресурсов, способных производить определённое количество материальных благ. В данной модели для каждого предприятия его конкурентоспособность можно выразить в виде произведения индексов:

$$I_{кп} = I_{и} I_{к} I_{г},$$

где ИКП – индекс конкурентоспособности предприятия; ИК – индекс качества продукции; ИИ – индекс издержек производства; ИГ – индекс гибкости производства.

Такой подход позволяет оценить влияние состояния производственного потенциала предприятия на уровень его конкурентоспособности. Однако он не учитывает процесс реализации товара, а также трудно получить доступ к информации о затратах на единицу товарной продукции конкурента и о продолжительности его перехода к производству новой продукции. Его можно рекомендовать при оценке конкурентоспособности предприятиям, планирующим начать модернизацию своего производственного потенциала с це-

люю учёта влияния изменения каждого элемента производственного потенциала на уровень издержек производства, качества продукции, гибкости производства и его общего состояния.

Наиболее часто применяем метод оценки конкурентоспособности предприятия на основе теории сравнительных преимуществ, особенно тогда, когда необходимо получить статическую оценку положения предприятия на рынке без анализа его будущих действий в изменяющихся условиях внешней среды, а также когда рассматривается вопрос о целесообразности расширения масштабов производства.

Интерес представляет и метод оценки конкурентоспособности предприятия на основании теории качества, предполагающий, что основным критерием конкурентного преимущества предприятия является потребительская ценность производимой им продукции. При сравнении своего товара с аналогичным товаром конкурента производитель может судить о степени своей конкурентоспособности.

Ещё одним методом оценки конкурентоспособности предприятия, наоборот, опирающимся на эффективность производственно-хозяйственной деятельности, но при этом недостаточно учитывающим конкурентоспособность продукции, является метод, основывающийся на теории эффективной конкуренции. Сопоставляются предприятия-конкуренты по таким показателям, как эффективность производственно-сбытовой деятельности, эффективность производственной деятельности, а также по показателям финансовой устойчивости предприятия. При этом сравнение производится не только по единичным и групповым показателям деятельности конкурентов, но и со среднеотраслевыми показателями, делаются определённые выводы и заключения.

Метод, основывающийся на теории эффективной конкуренции, можно применять в том случае, когда нет необходимости при оценке конкурентоспособности предприятия делать акцент на конкурентоспособности его продукции. Это допустимо тогда, когда конкурентоспособность продукции у всех конкурентов одинакова,

что встречается крайне редко. Поэтому на практике этот метод используется чаще лишь для определения места предприятия в отрасли.

Существует метод оценки конкурентоспособности предприятия, базирующийся на теории равновесия предприятия и отрасли и теории факторов производства. Под равновесием понимается такое состояние, когда у производителя отсутствуют стимулы для перехода в другое состояние. Если предприятие имеет такие факторы производства, которые могут быть использованы с лучшей, чем у конкурентов, производительностью, то оно наиболее конкурентоспособно. Чем ниже такие показатели факторов производства, как процентные ставки по кредитам, относительная стоимость закупаемого оборудования, относительные ставки заработной платы, относительная стоимость материальных ресурсов, тем предприятие наиболее конкурентоспособно.

Рассмотренные методы оценки конкурентоспособности предприятия имеют ряд достоинств и недостатков и отличаются между собой критериями конкурентоспособности, её базой, анализируемыми показателями, а следовательно, и содержанием. Однако каждый из них имеет своей целью определить положение предприятия на рынке, выявить резервы повышения эффективности его функционирования и улучшения условий жизнедеятельности в будущем.

Таким образом, анализируемые методы оценки конкурентоспособности предприятий подчеркивают востребованность такого подхода к решению проблемы, который прежде всего был бы направлен на практическое использование в аналитической работе. Следовательно, в основе его реализации должна лежать комплексная оценка деятельности предприятий, определяющая действующую статистическую информацию, хорошо знакомую практикам-экономистам. При этом указанная оценка должна отражать не только существующее положение хозяйствующего субъекта на рынке, но и по возможности учитывать перспективы его развития, закладываемые стратегическим планирова-

нием. Кроме того, что особенно важно, оценка конкурентоспособности предприятий должна иметь широкие границы применения, то есть обладать определенной степенью универсальности.

В процессе анализа необходимо не только определить уровень конкурентоспособности предприятия и его конкурентный статус, но и дать рейтинговую оценку. Общий рейтинг предприятий (R_{psu}) может быть рассчитан по следующей формуле:

$$R_{psu} = 0,68R_{up} + 0,18R_{ru} \times + 0,14R_{er},$$

где R_{up} – рейтинговая оценка по группе «Устойчивость внутренней среды предприятия»;

R_{ru} – рейтинговая оценка по группе «Место предприятия на рынке»;

R_{er} – рейтинговая оценка по группе «Экономическое развитие предприятия».

Для определения отклонений полученных рейтинговых оценок предприятий

от минимальных по трём группам может быть использована формула, предложенная М. Чесляком и Е. Октабской:

$$Y_{ij} = \frac{Z_{ij} - \min Z_j}{\max Z_j - \min Z_j},$$

где Y_{ij} – стандартизированное значение j -го рейтинга для i -го предприятия;

$\max Z_j, \min Z_j$ – соответственно максимальное и минимальное значение j -го рейтинга за анализируемый период;

Z_{ij} – фактическое значение рейтинга за данный период.

На основе стандартизированных показателей Y_{ij} для каждого i -го предприятия рассчитывается синтетический индекс его рейтинговой оценки.

Для оценки этих показателей, характеризующих деятельность предприятия, используют пятибалльную оценочную шкалу.

Оценочная шкала показателей эффективности работы предприятий

Балл	Результат
1	2
1	Неприемлемый (отсутствует)
2	Приемлемый (требует большой доработки)
3	Хороший (достаточный, средний)
4	Отличный (высокий)
5	Выдающийся (превосходит ожидания)

Первая группа «Устойчивость внутренней среды» представляет собой рейтинговую оценку работы руководства и сотрудников предприятия. Оценка устойчивости внутренней среды можно представить как комплексную оценку (R_{up}), характеризующую деятельность руководства и сотрудников предприятия, состоящую из 5 блоков:

- 1) профессиональные компетенции (P);
- 2) личностно-поведенческие компетенции (L);
- 3) управленческое мастерство руководителя (U);

- 4) коллективные компетенции (K);
- 5) сила взаимодействия (V).

Для расчёта рейтинга устойчивости внутренней среды предприятий используется формула:

$$R_{up} = \frac{K_r + K_p}{S} \rightarrow \max,$$

где K_r – суммарный показатель эффективности работы руководства;

K_p – суммарный показатель эффективности работы сотрудников;

S – суммарное количество работающих на предприятии.

Сила взаимодействия «Предприятие и сотрудники глазами покупателей, клиентов»

Критерии оценки силы взаимодействия с покупателями, клиентами (V_{pi})	Обозначения	
1	2	3
А. Коллективные		
1	Атмосфера внутренней среды предприятия	V_{p1}
2	Уровень обслуживания	V_{p2}
3	Уровень технической оснащённости	V_{p3}

Продолжение табл.

1	2	3
Б. Индивидуальные		
4	Уровень профессионализма	V_{p4}
5	Отзывчивость сотрудников	V_{p5}
6	Качество продукции, товаров, услуг	V_{p6}
7	Уровень персонализации продукции, товаров, услуг	V_{p7}
8	Уровень владения технологиями	V_{p8}

Сила взаимодействия предприятия и сотрудников с покупателями и клиентами (V_p) рассчитывается на основании опроса покупателей, клиентов по следующей формуле:

$$V_p = \sum V_{pj} w,$$

где V_{pj} – критерий силы взаимодействия предприятия и сотрудников с покупателями, клиентами;

w – весовой коэффициент данного критерия.

Система показателей по группе «Устойчивость внутренней среды предприятия» достаточно полно отражает работу руководства и сотрудников предприятий, которые позволяют представить результаты их деятельности в области устойчивого развития внутренней среды и перспективы формирования конкурентоспособности.

Вторая группа «Место предприятия на рынке» может включать показатели как количественные, так и качественные, их оценка также будет производиться экспертами по представленной пятибалльной шкале.

Место предприятия на рынке

№ п/п	Критерии «Место предприятия на рынке» (R_{ru})	Обозначения
1	2	3
1	Удобство месторасположения	R_{ru1}
2	Гибкость режима (графика) работы предприятия	R_{ru2}
3	Продвижение продукции, товаров, услуг	R_{ru3}
4	Имидж предприятия	R_{ru4}
5	Потенциал рынка	R_{ru5}

Рейтинговая оценка группы «Место предприятия на рынке» (R_{ru}) будет рассчитываться по формуле:

$$R_{ru} = \sum R_{ruj} w,$$

где R_{ru} – критерий продвижения предприятия на рынке;

w – весовой коэффициент данного критерия.

Показатели представленной группы «Место предприятия на рынке» позволят выявить уровень продвижения предприятия на рынке.

Третья группа «Экономическое развитие предприятия» тоже будет включать показатели как количественные, так и качественные, пробаллированные экспертами.

Экономическое развитие предприятия

№ п/п	Критерии «Экономическое развитие предприятия» (R_{er})	Обозначения
1	2	3
1	Объем проданной продукции, товаров, оказанных услуг	R_{er1}
2	Прибыль предприятия	R_{er2}
3	Средняя заработная плата работников	R_{er3}
4	Инвестиционный потенциал	R_{er4}
5	Ценовая политика	R_{er5}

Рейтинговая оценка группы «Экономическое развитие предприятия» (R_{er}) будет рассчитываться по формуле:

$$R_{er} = \sum R_{erj} w,$$

где R_{er} – критерий продвижения предприятия на рынке услуг;

w – весовой коэффициент данного критерия в соответствии с видом предприятия сферы услуг.

Показатели представленной группы «Место предприятия на рынке» позволяют сопоставить уровень развития внутренней среды с результатами деятельности предприятия. Обобщенная оценка по всем выделенным критериям позволяет определить рейтинговый уровень конкурентоспособности исследуемого предприятия.

М. Портер разработал типовые варианты стратегий обеспечения конкурентно-

го преимущества, которые зависят не только от вида конкурентного преимущества, но и от сферы, в которой оно достигается. Стратегии повышения конкурентного статуса предприятия необходимо определять исходя из имеющихся возможностей предприятия, его целей и конкретных условий деятельности, постоянно проводить комплексные исследования по определению путей достижения его конкурентоспособности и укрепления конкурентного статуса.

Список литературы

1. Адамчук В. В. Экономика и социология труда : учебник для вузов. – М. : ЮНИТИ, 2010. – 407 с.
2. Катульский Е. Д. Коллективно-договорное регулирование социально-трудовых отношений в России: эволюция, критерии, оценки // Экономика и право. – 2012. – № 8.
3. Сосненко Л. С. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие. – М. : КноРус, 2012. – 344 с.
4. Фатхутдинов Р. А. Глобальная конкурентоспособность. – М. : Стандарты и качество, 2009.
5. Федченко А. А. Оплата труда и доходы работников : учеб. пособие. – М. : Дашков и К⁰, 2009. – 552с.
6. Финансы предприятий : учебник / под ред. М. В. Романовского. – СПб. : Бизнес-пресса, 2010. – 340 с.
7. Финансовый менеджмент : учебник / под ред. проф. А. М. Ковалевой. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 336 с.
8. Чечевицына Л. Н. Микроэкономика. Экономика предприятия (фирмы) : учеб. пособие. – М. : Феникс, 2010. – 384 с.

G. V. Vetoshko*

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

METHODOLOGICAL ASPECTS OF ASSESSING COMPANY'S COMPETITIVENESS

Keywords: competition, competitive status, evaluation methods of competitiveness.

The main problem in determining the competitive status of the company is the problem of assessing the adequacy of strategic potential development of the company and the external environment for creating and maintaining a high level of competitiveness of the company.

© *Ветошко Г. В., 2014*

УДК 339.1

О. Н. Курочкина*

*Курочкина Оксана Николаевна, кандидат экономических наук, доцент
Филиал Поволжского государственного университета сервиса, г. Сызрань
okurochkina@rambler.ru

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ключевые слова: конкурентоспособность, рабочая сила, экспертные оценки, категории персонала.

Ключевым фактором успеха любого предприятия является его квалифицированная рабочая сила, которую следует рассматривать как один из важнейших стратегических ресурсов развития. Конкурентоспособность индивида показывает, в какой мере его возрастные, профессиональные, квалификационные, физиологические, социально-бытовые характеристики соответствуют условиям найма рабочей силы на рынке труда, отражающим конъюнктуру спроса и предложения на рабочую силу определенного качества.

На сегодняшний день особую актуальность приобретает рассмотрение вопросов развития конкурентных отношений на рынке труда в тесной взаимосвязи с воспроизводством рабочей силы и с ее занятостью. Для предприятия его квалифицированная рабочая сила является ключевым фактором успеха и важнейшим стратегическим ресурсом развития. Повышение конкурентоспособности рабочей силы на всех уровнях и во всех сферах деятельности от рабочих участков до высших звеньев управления определяет стратегическую эффективность использования всех ресурсов предприятия. Конкурентоспособность рабочей силы предприятия – это система взаимосвязи качественных характеристик индивидуальных рабочих сил работников. При этом конкурентоспособность индивида показывает, в какой мере его возрастные, профессиональные, квалификационные, физиологические, социально-бытовые характеристики соответствуют условиям найма рабочей силы на рынке труда, отражающим конъюнктуру спроса и предложения на рабочую силу определенного качества.

В качестве объекта исследования выбрано предприятие по производству сельскохозяйственных машин ООО «Сельмаш», расположенное в г. Сызрани. В ООО «Сельмаш» была проведена оценка личностных и профессиональных качеств работников в соответствии с их категорией в несколько этапов.

На первом этапе были определены порядок работы экспертов и правила формирования экспертной группы:

1. Экспертная группа сформирована в составе 3-7 человек для каждого подразделения, в котором оцениваются работники. Главное условие выбора – работа на предприятии не менее одного года и знание специфики деятельности предприятия.

2. В состав экспертов, оценивающих личностные и профессиональные качества работников, включались не вошедшие в выборку руководители подразделений, коллеги как оцениваемого, так и других подразделений, взаимодействующих с оцениваемым сотрудником по выполнению им трудовых функций.

3. При оценке личностных и профессиональных качеств руководителей в состав экспертов включались подчиненные, руководители смежных подразделений, вышестоящие руководители.

На втором этапе экспертам была предложена разработанная карта личностных и профессиональных качеств для конкретной категории работающих, включающая в себя характеристики, наиболее значимые для данной категории работающих. Путем ранжирования эксперты определили весомость каждого качества, соответствующую его важности в трудовой деятельности данной категории работающих. Непосредственная оценка работников каждой категории была проведена по десятибалль-

ной шкале на основе эталонной оценочной табл. 1 в электронном виде [1].

В процессе исследования были оценены руководители, специалисты и прочие служащие из таких подразделений, как главная бухгалтерия, юридический отдел, отдел управления качеством, планово-

экономический отдел, финансовый отдел, отдел продаж, отдел кадров, отдел организации труда и заработной платы, отдел главного технолога, отдел главного конструктора, а также функционально подчиненные им работники различных отделов и бюро цехов основного производства.

Таблица 1

Базовая шкала экспертных оценок

Уровень развития качественной характеристики	Уровень экспертных оценок		
	Ниже среднего	Средний	Выше среднего
Высокий	8	9	10
Средний	5	6	7
Низкий	2	3	4
Отсутствие качества	1		

Всего было оценено 89 руководителей, 317 специалистов, 116 работников категории «прочие служащие», 603 основных рабочих, 321 вспомогательный рабочий (коэффициент выборки 0,6). На третьем, заключительном этапе оценки была проведена обработка полученных данных с помощью прикладной программы Microsoft

Excel. По каждой категории работников находились средние балльные оценки для каждого показателя, а также соответствующее ему среднее значение весомости.

Результаты оценки уровня конкурентоспособности рабочей силы в соответствии с категорией персонала приведены на рис. 1.

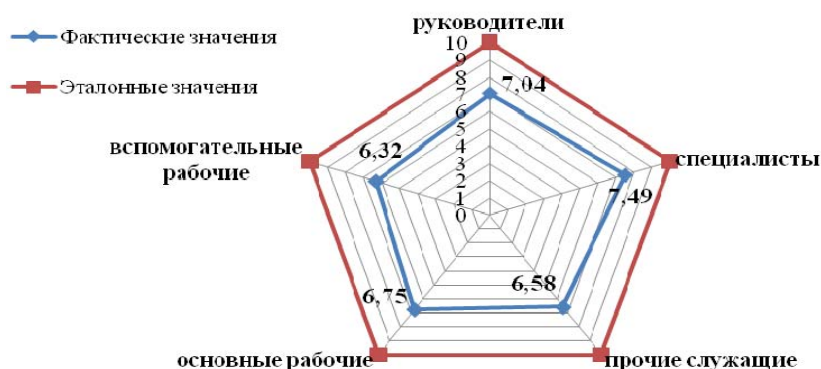


Рис. 1. Расхождение эталонных показателей с фактическими значениями по каждой категории персонала

По результатам исследования был определен интегральный показатель конкурентоспособности совокупной рабочей силы, равный 6,82 балла из возможных 10. При расчете уровня конкурентоспособности рабочей силы было получено значение, равное 0,68, что характеризует степень соответствия личностных и профессиональных качеств работников ООО «Сельмаш» эталонным значениям на 68%. Получение таких результатов обусловлено тем, что все качества были ранжированы экспертами по важности и присвоение минимального количества баллов значимому

качеству отражалось на итоговом показателе.

Для систематизации полученных данных сведем положительные и отрицательные результаты оценки в одну таблицу, выбирая качества, получившие максимальную и минимальную оценку (табл. 2) [2]. Такой подход позволит выявить качества работников, которые благоприятно влияют на результат труда, а также определить направления, в которых необходимо развивать способности работников для повышения эффективности их деятельности.

На предприятии ООО «Сельмаш» был проведен корреляционно-регрессионный анализ, выявляющий количественные взаимосвязи между уровнем производительности труда и основными параметрами качества рабочей силы. Множественный коэффициент корреляции равен 0,9743. Уравнение множественной регрессии в натуральном масштабе выглядит следующим образом:

рального масштабе выглядит следующим образом:

$$Y = 49,24 + 5,44M + 4,12N + 2,87L - 1,79K, \quad (1)$$

где М – уровень квалификации; N – стаж работы по специальности; L – уровень образования; K – возраст рабочего.

Таблица 2

Положительные и отрицательные результаты оценки

Категории работающих	Высокий уровень развития	Недостаточный уровень развития
Руководители	- наличие специальных знаний в компетентной области; - конкретность и четкость в решении оперативных вопросов; - стрессоустойчивость; - коммуникабельность	- умение стимулировать работников; - авторитет среди подчиненных
Специалисты	- наличие общепрофессиональных и специальных знаний; - обучаемость	- коммуникабельность; - ответственность
Прочие служащие	- наличие профессиональных знаний; - внимательность; - ответственность	- дисциплинированность
Основные рабочие	- наличие профессиональных знаний и навыков; - умение работать в команде	- подача рацпредложений; - соблюдение технологического процесса; - общая дисциплина труда; - обучаемость
Вспомогательные рабочие	- наличие профессиональных знаний и навыков; - обучаемость	- соблюдение технологического процесса; - общая дисциплина труда; - исполнительность

Проведенный корреляционно-регрессионный анализ, выявляющий количественные взаимосвязи между показателем зарплатоотдачи по прибыли и качественными характеристиками служащих, позволил определить множественный коэффициент корреляции, который равен 0,687. Уравнение множественной регрессии в натуральном масштабе выглядит следующим образом:

$$t_{A,B,C,D,E,F} = 3,74 t_A + 2,65 t_B - 2,28 t_C + 2,37 t_D + 1,18 t_E + 2,65 t_F, \quad (2)$$

где t_A – уровень образования; t_B – стаж работы по специальности; t_C – средний возраст; t_D – коэффициент повышения в должности; t_E – коэффициент повышения з/п; t_F – коэффициент получения грамот.

Таким образом, уравнение множественной регрессии выглядит следующим образом:

$$Y = 27,33 + 2,11A + 1,4B - 1,19C + 2,31D + 0,96E + 2,36F, \quad (3)$$

$$p = 0,0046.$$

Из анализа полученного уравнения множественной регрессии следует, что:

- на значение зарплатоотдачи по прибыли в первую очередь влияют такие показатели, как коэффициент получения грамот и коэффициент получения повышения в должности. Увеличение доли работников, получивших грамоты за профессиональные достижения и повышение в должности, приводит к увеличению значения зарплатоотдачи по прибыли на 2,36 и 2,31% соответственно. Выявленная зависимость означает, что применение нематериального стимулирования повышает эффективность и результативность трудовой деятельности служащих;

- уровень общего образования служащих также оказывает положительное влияние на значение зарплатоотдачи по прибыли. Повышение уровня общего образования на один год обучения приводит к увеличению зарплатоотдачи по прибыли на 2,11%;

- следующим по величине резервом повышения зарплатоотдачи по прибыли является увеличение стажа работы по специальности. Увеличение среднего стажа работы по специальности на один год повышает значение зарплатоотдачи на 1,4%;

- коэффициент повышения заработной платы имеет тесную связь со значением зарплатоотдачи по прибыли, но увеличение доли работников, получивших повышение заработной платы, приведет к незначительному увеличению зарплатоотдачи по прибыли, так как данный показатель непосредственно влияет на размер фонда оплаты труда.

Для определения степени зависимости значения зарплатоотдачи по прибыли с выбранными факторами был произведен расчет коэффициента множественной корреляции, значение, равное 0,687, это означает, что теснота зависимости значения зарплатоотдачи по прибыли с шестью выбранными аргументами оказалась ниже, чем степень зависимости значения зарплатоотдачи по прибыли с каждым фактором в отдельности. Величина множественного коэффициента детерминации показывает,

что выбранные для анализа факторы, характеризующие качественные характеристики служащих, определяют 68,7% зарплатоотдачи по прибыли.

Таким образом, анализируя полученные данные, можно сказать, что уровень конкурентоспособности рабочей силы ООО «Сельмаш» соответствует среднему. Работники ООО «Сельмаш» обладают достаточными компетентными знаниями и навыками, но имеются существенные отклонения от эталонных значений по другим личностным и профессиональным качествам. Улучшение данных показателей будет способствовать повышению конкурентоспособности рабочей силы ООО «Сельмаш». При исследовании влияния качественных характеристик служащих ООО «Сельмаш» на уровень зарплатоотдачи по прибыли было выявлено, что наиболее значимыми для результативности деятельности служащих являются их личностные качества, а также показатели, характеризующие эффективность материального и нематериального стимулирования на предприятии [3].

Список литературы

1. Белоусов В. В. Стратегия развития персонала как фактор повышения конкурентоспособности промышленного предприятия : автореф. дис. ... к.э.н. – Ижевск, 2009. – 24 с.
2. Беляев Е. Качество рабочей силы – резерв роста эффективности инструментального производства / Е. Беляев, М. Конев, Л. Альбитер // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2009. – № 7. – С. 13-17.
3. Бухалков М. И. Управление персоналом: развитие трудового потенциала : учеб. пособие. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 190 с.

O. N. Kurochkina*

**Kurochkina Oksana, PhD in Economics, Associate Professor of Branch of Volga Region State University of Service, Syzran okurochkina@rambler.ru*

ASSESSMENT OF COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISE

Keywords: competitiveness, workforce, expert assessments, staff category.

Key factor of the success of any enterprise is the skilled labor force, which should be regarded as one of the most important strategic resources of development. Competitiveness of a person shows to what extent his age, professional, qualification, physiological, social and common characteristics correspond to the conditions of employment in the labor market, reflecting market situation concerning supply and demand on the labor of a certain quality.

© Курочкина О. Н., 2014

УДК 657

Е. В. Медведева*

**Медведева Екатерина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_bu@tolgas.ru*

ПРОЦЕДУРА ТРАНСФОРМАЦИИ ОТЧЕТНОСТИ С ПОМОЩЬЮ КОРРЕКТИРУЮЩИХ ПРОВОДОК

Ключевые слова: трансформация, международные стандарты финансовой отчетности, корректировки, трансформационные таблицы.

Рассматривается трансформация как один из способов подготовки отчетности по МСФО. Определены возможные корректировки, возникающие при составлении отчетности по МСФО.

Трансформация бухгалтерской (финансовой) отчетности – это процесс подготовки финансовой отчетности в соответствии с требованиями МСФО, при котором отчетность, составленная на основе российской системы бухгалтерского учета (далее РСБУ), корректируется на суммы расхождений между требованиями МСФО и РСБУ.

Операции по проведению трансформации не регламентируются текстами международных стандартов. К вопросам трансформации можно отнести нормы МСФО (IFRS) 1 «Первое применение МСФО», определяющие совместные правила создания первоначальных остатков по бухгалтерским счетам при переходе на международные стандарты финансовой отчетности.

Все хозяйственные операции, которые нужно будет показать в бухгалтерской (финансовой) отчетности по российской системе бухгалтерского учета, можно разбить на группы:

- стандарты, подлежащие трансформации, то есть имеющие различное отражение по РСБУ и МСФО;

- стандарты, не подлежащие трансформации, то есть одинаково отражаемые в отчетности по РСБУ и МСФО [3].

Выявленная информация, подлежащая трансформации, будет являться предметом анализа для специалиста МСФО. В соответствии с требованиями, которые диктуют международные стандарты финансовой отчетности, необходимо факт отражения операции в РСБУ сопоставить с МСФО и при несоответствии сделать вывод о необ-

ходимости корректировки. На вывод будут оказывать влияние не только принципиальные различия в МСФО и РСБУ, но и возможные различия в элементах учетной политики при равенстве общих подходов.

Корректировками называются обыкновенные бухгалтерские проводки, осуществленные по принципу двойной записи, при их помощи изменяются данные российской бухгалтерской (финансовой) отчетности и ликвидируются различия в учете по РСБУ и МСФО. В большинстве случаев производятся корректировки, затрагивающие:

- учет лизинговых операций;
- отличия в способах начисления амортизации по объектам основных средств и нематериальных активов;
- дисконтирование долгосрочных задолженностей;
- начисление различных видов резервов;
- учет отложенных налоговых обязательств и др.

В отдельную группу можно выделить корректировки, появляющиеся при ситуации, когда в российском учете применяется кассовый метод, а в МСФО предлагают применять только метод начисления, например, при учете расходов на оплату отпуска работникам предприятия [2].

При трансформации отчетности возникает множество корректировок, связанных с разными подходами в учетной политике. Бывают случаи, когда РСБУ и МСФО содержат одинаковые положения, предусматривающие выбор нескольких вариан-

тов отражения операции в бухгалтерском учете.

Если российская организация всецело независима в выборе учетной политики, когда составляет отчетность по МСФО, то она имеет право выбрать как один из вариантов учетной политики: который применяется в РСБУ (например, и МСФО, и РСБУ допускают метод учета амортизации по объектам основных средств линейным способом); отличный от употребляемого в РСБУ (например, тот, который в МСФО представляется как основной метод учета, или тот, который дает меньше расхождений с налоговым учетом для упрощения использования положений МСФО (IAS) 12 «Налоги на прибыль»).

Часто встречаются ситуации, когда российская компания является дочерней, при трансформации эта компания обязана в своей деятельности руководствоваться учетной политикой, которую определила материнская компания, так как правильно консолидировать финансовую отчетность

нескольких или многих организаций, составленных по различным вариантам учетной политики, нельзя.

Бывают случаи, когда возникают валютные корректировки, означающие перевод статей бухгалтерской отчетности в другую валюту и с учетом влияния инфляционных процессов [1].

Реклассификационные корректировки разрешают вносить изменения, связанные с различием в классификации некоторых статей бухгалтерской (финансовой) отчетности. Любая компания имеет определенную специфику своей деятельности, поэтому невозможно знать, какие именно корректировки будут нужны той или иной компании. Безусловно, корректировки проводятся вне системы бухгалтерского учета по РСБУ, и они никак не должны повлиять на изменение данных в российском бухгалтерском учете [2]. Чтобы отразить корректировки, компании используют трансформационные таблицы (табл. 1).

Таблица 1

Пример трансформационной таблицы

Показатель отчетности	Сумма по РСБУ	Трансформационные корректировки	Сумма по МСФО
1	2	3	4
Актив			
Оборотные активы			
Внеоборотные активы			
Итого			
Пассив			
Текущие обязательства			
...			
Итого			

Формы таблиц никаким нормативным документом или стандартом МСФО не регламентированы, следовательно, компании их устанавливают самостоятельно. Главное, чтобы в таблице были видны причины изменения данных отчетности по МСФО по сравнению с данными РСБУ. В общем виде таблицы колонки должны содержать статьи бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах, данные по статьям российского учета, корректировки, скорректированные данные, соответствующие МСФО [2].

Практика показывает, что, когда много корректировок, лучше каждую из них отражать отдельно. При сложных процеду-

рах трансформации, особенно при консолидации, трансформационные таблицы удобнее составлять в разрезе этапов этого процесса. Отдельным этапом корректировок может выступать пересчет данных бухгалтерской отчетности в иностранную валюту, учет влияния инфляционных процессов и т. д. Количество этапов трансформации ничем не ограничивается. Часто проводки по реклассификации заносятся в отдельную трансформационную таблицу.

Можно предложить и другой подход, в соответствии с которым трансформации могут подвергаться не статьи бухгалтерской отчетности, а остатки по счетам, которые есть в Главной книге. В данном

случае разрабатывается план счетов по МСФО и составляется таблица соответствия бухгалтерских счетов по РСБУ и МСФО. Применяется такой способ обычно крупными компаниями. Статьи отчетности являются довольно агрегированными показателями. Внося корректировки на уровне Главной книги, специалисты сталкиваются с более детальными данными, что, в свою очередь, увеличивает точность и правильность трансформации. Принятие плана счетов бухгалтерского учета по МСФО позволяет автоматизировать ход внесения корректировок в бухгалтерскую (финансовую) отчетность.

В МСФО нет рекомендаций по поводу структуры и содержания плана счетов, следовательно, каждая компания имеет право самостоятельно его утверждать и использовать в своей деятельности. В большинстве случаев план счетов, формируемый для МСФО, должен быть более детальным, чем российский план счетов. Если план счетов разработан подробно и точно, план счетов позволяет отразить все хозяйственные операции, то от качества

его составления будет зависеть в конечном итоге время, затрачиваемое на составление отчетности по международным стандартам.

Если одному российскому счету соответствуют несколько счетов по МСФО, используются субсчета и подробная аналитика.

Имея строгое соответствие двух планов счетов, можно с помощью программных средств автоматически перенести остатки, в результате чего в распоряжении компании будет Главная книга по счетам МСФО, в которую и вносятся корректировки.

Можно сделать вывод, что в настоящее время все более актуальной становится процедура трансформации финансовой отчетности в соответствии с требованиями МСФО. Возникают проблемы по несуществующим единым методикам проведения этой процедуры. Трансформация финансовой отчетности российских организаций в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности должна являться первостепенным, очень важным и обязательным шагом на пути перехода от РСБУ к МСФО.

Список литературы

1. Чая В. Т. Международные стандарты финансовой отчетности / В. Т. Чая, Г. В. Чая. – М. : КноРус, 2010. – 304 с.
2. Ильина Ю. В. Как трансформировать данные российского бухгалтерского учета в отчетность, соответствующую требованиям МСФО // Международный бухгалтерский учет. – 2008. – № 10.
3. Насакина Л. А. Влияние изменений в финансовой отчетности на формирование аналитических показателей // Наука – промышленности и сервису : сб. ст. VI международ. науч.-практ. конф. – Тольятти : Изд-во ПБГУС, 2011. – С. 145-150.

E. V. Medvedeva*

**Medvedeva Ekaterina, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_bu@tolgas.ru*

PROCEDURE OF REPORTING TRANSFORMATION THROUGH ADJUSTING ENTRIES

Keywords: transformation, International Financial Reporting Standards, adjustments, transformation tables.

The article considers transformation as one of the ways to prepare IFRS financial statements. The author describes possible adjustments appearing during the preparation of IFRS financial statements.

© Медведева Е. В., 2014

УДК 657

Л. А. Насакина*

**Насакина Лилия Аркадьевна, кандидат экономических наук, доцент*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

lilia.nasakina@yandex.ru

АНАЛИЗ НАПРАВЛЕНИЙ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ НА ОСНОВЕ КЛИЕНТСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ключевые слова: потребительский аспект, клиентская база, доля потребительского рынка, прибыльность операций с клиентами.

При формировании стратегии организации основной акцент делается на установлении критериев, важных с точки зрения клиентов, но в разрезе тех целевых групп, сегментов рынка и стратегических целей предприятия, которые позволят удовлетворить интересы инвесторов (собственников). Трехмерная оценка деятельности (товаров) предприятия сферы услуг на основе показателей клиентской и финансовой составляющих сбалансированной системы позволяет определить направления стратегического развития.

В современном бизнесе важнейшим фактором долгосрочного успеха является обязательная ориентация на сбалансированность развития хозяйствующего субъекта по основным направлениям его деятельности – финансы, клиенты, бизнес-процессы, обучение и развитие персонала, ключевые индикаторы (критерии) по которым отражают стратегические перспективы предприятия. Такой подход вызван логической целесообразностью: «квалифицированные и мотивированные» сотрудники (персонал), используя инфраструктуру (оборудование, программное обеспечение и т. д.), будут обеспечивать предприятию необходимое качество и скорость выполнения бизнес-процессов. Оптимальные бизнес-процессы необходимы для гарантированного удовлетворения потребностей клиентов и достижения рыночного преимущества. Удовлетворенные клиенты будут обеспечивать достижение желаемых финансовых целей предприятия.

При этом финансовые цели предприятия не могут ограничиваться такими критериями, как прибыль или свободный денежный поток, поскольку в настоящее время на первое место вышла концепция экономической добавленной стоимости (EVA). Согласно этой концепции деятельность организации создает стоимость для своих

акционеров (собственников) только тогда, когда ее прибыль превышает стоимость капитала. Воспользовавшись EVA в качестве критерия, можно заметить, что, несмотря на прибыльность деятельности, организация тем не менее может уменьшать стоимость акций, если стоимость капитала достаточно высока. То есть наличие прибыли еще не отражает успешную деятельность организации.

Исходя из сказанного можно сделать вывод, что, опираясь только на финансовые показатели, невозможно определить будущие пути развития организации. Сегодня стоимость компании определяют не только материальные активы, отраженные в балансе, но и нематериальная составляющая, такая как отношения с клиентами и поставщиками, идейная сплоченность сотрудников, новаторство и т. д. Соответственно, оценка только финансового результата (финансовых показателей) не позволяет в полной мере отразить способность организации создавать добавленную стоимость.

В связи с утратой актуальности финансовых показателей как инструмента оценки деятельности организаций основные требования при оценке и измерении эффективности деятельности предприятия в

современных условиях можно сформулировать следующим образом:

- в основу выработки критериев для оценки эффективности должны быть положены интересы акционеров (собственников), клиентов, а также других заинтересованных сторон;

- внимание должно быть сконцентрировано на измерении нескольких ключевых показателей;

- критерии оценки должны быть связаны с факторами долгосрочного успеха (стратегией) предприятия;

- критерии оценки должны базироваться на данных прошлых периодов, а также настоящего и будущего;

- критерии оценки должны быть разработаны на основе выбранной стратегии и распространяться на все уровни организации (каскадирование), образуя вложенную структуру.

В данном случае необходима такая оценка, которая сбалансировала бы историческую точность, свойственную финансовым данным, с факторами будущих результатов деятельности, тем самым помогая хозяйствующему субъекту реализовать свою стратегию.

Связывающим звеном между стратегией предприятия и действительными результатами его деятельности является система сбалансированных показателей (Balanced Scorecard, BSC). Данная система дополняет финансовые показатели тремя другими группами: показателями работы с клиентами, внутренних процессов, обучения и развития персонала. В своей совокупности сбалансированные показатели поясняют стратегию организации посредством выбранных целей и индикаторов. В рамках этой системы также осуществляется оценка эффективности выбранной стратегии и определяется правильность (или ошибочность) пути, выбранного для достижения поставленных целей. Таким образом, система сбалансированных показателей является инструментом управления, который можно рассматривать в трех аспектах: 1) оценочная система; 2) система стратегического управления; 3) инструмент распространения информации.

Как известно, система сбалансированных показателей является результатом исследований и разработок, выполненных Р. Капланом и Д. Нортоном. Она охватывает как финансовые, так и нефинансовые показатели деятельности организации, и ее характерной особенностью является сбалансированность данных показателей [1].

Важное свойство системы сбалансированных показателей заключается также в том, что ее внедрение носит каскадный характер. Сначала система сбалансированных показателей должна быть определена на уровне организации. После этого она должна быть каскадно распространена по организации, ее подразделениям, рабочим группам и даже отдельным работникам. Для каждого подразделения должны быть определены нормативы деятельности и поставлены цели. В этой связи важно отметить два обстоятельства. Во-первых, применение системы сбалансированных показателей – это не процесс разработки стратегии, а ее реализация на базе четко сформулированной стратегии организации. Во-вторых, данную систему необходимо рассматривать не как систему показателей, а как всеохватывающую систему управления.

Дискуссионным остается вопрос о том, кто важнее для организации – клиенты или ее инвесторы. Согласно современным теориям экономики в настоящее время необходимо ориентироваться на нужды потребителя (клиента), так как если он не будет удовлетворен, то обязательно найдет других поставщиков, которые полностью будут соответствовать его требованиям. Если же не принимать данный факт во внимание, то через некоторое время эффективность деятельности организации может снизиться, даже если на момент рассмотрения ее финансовые результаты были высокими. В связи с этим важной составляющей системы сбалансированных показателей является «Клиенты» или, по-другому, потребительский аспект.

При определении индикаторов потребительского аспекта основной акцент делается на важные с точки зрения клиентов, но в разрезе тех целевых групп, сегментов рынка и стратегических целей организации, которые позволяют удовлетворить кри-

терии инвесторов (собственников), то есть с точки зрения прибыльности операций с клиентами.

Большая часть показателей клиентской составляющей являются нефинансовыми показателями (табл. 1).

Таблица 1

**Показатели потребительского аспекта деятельности организации
в системе сбалансированных показателей**

Наименование группы показателей	Перечень возможных показателей
Доля рынка	Доля потребительского рынка, завоеванная организацией; доля товаров организации в бюджете потребителя
Расширение (рост) клиентской базы	Количество потребителей и общий объем продаж, относящийся к ним; число клиентов, перешедших к конкурентам; увеличение количества и объема продаж у постоянных покупателей (увеличение количества заказов); рост продаж за счет существующей клиентской базы; рост продаж за счет новых клиентов; число клиентов, перешедших от конкурентов; средний размер заказа или средняя выручка в расчете на одно взаимодействие с клиентом
Уровень удовлетворенности клиентов	Индекс удовлетворенности потребителей; индекс лояльности потребителей; прямые контакты с клиентами и качество обслуживания; уровень сервиса послепродажного обслуживания; число возвратов товара

Многие отечественные предприятия, как правило, не уделяют должного внимания изучению степени удовлетворенности клиентов. Обычно предприятия довольствуются показателем объема продаж либо оперируют косвенными данными или собственным мнением в отношении удовлетворенности своих клиентов.

Залог успешного и качественного измерения степени удовлетворенности клиентов состоит в тщательной обработке информации о предпочтениях клиентов и их фактическом покупательском поведении. Однако многим организациям не удастся установить причинно-следственную взаимосвязь между степенью удовлетворенности клиента, их рыночной долей и прибыльностью организации (товара). В рамках концепции для клиентской составляющей выделяются потребительская ценность предложения и потребительская ценность спроса, связанные с ключевыми показателями [2].

На начальном этапе формирования системы сбалансированных показателей определяются финансовые цели, которые ориентированы на собственников и отражают их интересы. Далее необходимо наметить круг проблем, связанных с иден-

тификацией потребителей, разработкой мер по улучшению восприятия клиентом продукции или услуг предприятия. Для более точного определения стратегии предприятия используем такие показатели клиентской составляющей, как расширение (рост) клиентской базы, доля потребительского рынка. При этом расширение клиентской базы соотносится с показателем финансовой составляющей системы сбалансированных показателей «рост объемов продаж в сегменте рынка». Удовлетворение интересов инвесторов (собственников) будем оценивать с позиций прибыльности операций с клиентами.

При оценке соответствующих показателей определим границы, в области которых будут эффективны те или иные стратегии развития предприятий сферы услуг, а также выделим восемь отдельных групп товаров (услуг) (табл. 2).

Первую группу товаров (услуг) составляют товары (услуги), имеющие наибольший темп роста, прибыльность и рыночную долю относительно основного конкурента. Высокая прибыльность, как правило, объясняется значительными объемами продаж данных видов продуктов или услуг. На наш взгляд, в указанной трех-

мерной оценке для предприятий сферы услуг предпочтителен выбор стратегии, связанной с расширением реализации товаров и услуг на существующих рынках при помощи внедрения новых форм обслуживания клиентов (компьютеризация процесса обслуживания, автоматизация учета и т. д.) и самых конкурентоспособных цен. Это

увеличивает сбыт, привлекает тех, кто раньше не пользовался продукцией или услугами данного предприятия, а также клиентов от конкурентов, увеличивает спрос уже от привлеченных потребителей. Такая стратегия эффективна для предприятия, когда рынок растет или еще не насыщен.

Таблица 2

**Идентификация стратегий развития предприятий сферы услуг
и характеристики товаров (услуг)**

Группа товаров (услуг)	Показатели клиентской составляющей ССП			Тип стратегии
	Темп роста объемов продаж	Доля потребительского рынка	Прибыльность операций с клиентами	
I	Высокий	Высокая	Высокая	Внедрение новых форм обслуживания клиентов
II	Высокий	Низкая	Высокая	Расширение ассортимента и продвижение новых товаров (услуг) на уже освоенные рынки
III	Низкий	Высокая	Высокая	Расширение рынков сбыта существующих товаров и услуг, освоение новых географических рынков, освоение новых сегментов
IV	Низкий	Низкая	Высокая	Полное изменение потребительских свойств товаров и услуг, производство непрофильной продукции
V	Высокий	Высокая	Низкая	Стратегия снижения издержек
VI	Высокий	Низкая	Низкая	Сочетание стратегий, связанных с модернизацией товаров и услуг, и стратегий, направленных на снижение издержек предприятия
VII	Низкие	Высокая	Низкая	Стратегия повышения качества и сокращения издержек
VIII	Низкие	Низкая	Низкая	Внедрение новых продуктов, непрофильных для данного предприятия

Вторую группу товаров (услуг) отличает от первой небольшая рыночная доля в потребительском рынке. Для данной группы необходима «наступательная стратегия», сопровождающаяся совершенствованием технологического процесса производства, модернизацией товаров и услуг, расширением ассортимента и продвижением новых товаров (услуг) на уже освоенные рынки. Такая стратегия инновационного развития имеет прорывной характер.

Третью группу товаров (услуг) составляют продукты, имеющие наибольшую прибыльность и долю на рынке, но не имеющие достаточного темпа роста объе-

мов продаж. Такие группы товаров (услуг) могут выступать в роли генератора наличности. В этом случае необходимо применить стратегию «развития рынков», которая предполагает освоение новых форм обслуживания клиентов и не меняет потребительских свойств товаров (услуг). Она направлена на расширение рынков сбыта существующих товаров и услуг, освоение новых географических рынков, освоение новых сегментов.

Четвертую группу товаров (услуг) формируют продукты, способные приносить прибыль предприятию, но из-за малой доли рынка эта прибыль невелика. Инвести-

ции в данную группу товаров и услуг являются рискованными, поэтому целесообразно выбрать направление стратегического развития, которое связано с полным изменением потребительских свойств товаров и услуг и может обуславливать производство непрофильной для данного предприятия продукции.

Для пятой группы товаров (услуг) характерны высокие темпы роста сегментов отрасли, высокая рыночная доля и низкая прибыльность продукции. Для данных направлений деятельности необходимо применять стратегию, ориентированную на снижение издержек предприятия. Снижение издержек производства может быть вызвано совершенствованием технологического процесса производства продукции (услуги), использованием более прогрессивных материалов, форм организации труда работников, применением наиболее производительной техники и т. п. Следует отметить, что на начальных этапах реализации данной стратегии деятельность предприятия, возможно, будет убыточной с точки зрения соотношения понесенных затрат и полученных доходов, но достижение стратегических целей обеспечит результативную работу в перспективе.

В шестую группу входят направления деятельности, имеющие низкую прибыльность, низкую долю на рынке, но при этом высокие темпы роста объема продаж в сегменте отрасли. Для данной группы товаров (услуг) необходимы значительные инвестиции, но есть высокие шансы, что эти инвестиции со временем окупятся и будут приносить хорошие дивиденды. В этом случае применимо сочетание стратегий, связанных с модернизацией товаров и услуг, и стратегий, направленных на снижение издержек предприятия.

Седьмую группу товаров (услуг) образуют устаревшие товары (услуги) с низкой прибыльностью. Как правило, соответствующее направление деятельности является проблемным для предприятия вследствие того, что оно имеет незначительные объемы продаж и ему уделяется мало внимания со стороны руководства предприятия. Товары изготавливаются с низким уровнем качества, из-за этого предприятие

несет большие затраты по доработке товаров и послепродажному сервису. Помимо этого наблюдается нарушение сроков сдачи продукции и оказания услуг, что вызывает недовольство у заказчиков и, соответственно, снижение объемов заказов. Однако отмечается высокая рыночная доля товаров (услуг) этого направления деятельности относительно основного конкурента, поскольку очень немногие предприятия имеют компетенцию по данному направлению производства. В связи с этим данное направление имеет потенциал, поэтому для него необходимо применять стратегию повышения качества и сокращения издержек.

Восьмую группу образуют направления деятельности, по которым товары (услуги) имеют низкий темп роста сегментов отрасли, низкую прибыльность и низкую долю на рынке. Для них применима инновационная стратегия радикального характера, которая может быть направлена на внедрение новых продуктов, даже непрофильных для данного предприятия. В конечном итоге это приведет к свертыванию прежней деятельности.

Следует отметить, что среди показателей трехмерной оценки только последний (прибыльность операций) дает финансовую оценку деятельности организации с клиентом. Успех в достижении первых двух (рост объемов продаж в сегменте рынка и доля потребительского рынка) показателей не обязательно гарантирует достижение финансовых целей организации, но отражает потребительскую ценность предложения организации с точки зрения клиентов. Сбалансированность показателей потребительского и финансового аспекта деятельности организации позволяет установить причинно-следственную взаимосвязь между степенью удовлетворенности клиента и прибыльностью организации. Такой подход при определении стратегического развития позволяет организации стать компанией, ориентированной на покупателя, а не компанией, увлекшейся привлечением их максимального количества. Удовлетворение потребностей и нужд клиентов с учетом особенностей соответствующих сегментов повышает лояльность клиента к

компании и его удовлетворенность сотрудничеством с компанией, что, несомненно, укрепляет ее преимущества относительно реальных и потенциальных конкурентов.

Таким образом, основой для оценки направлений стратегического развития предприятия сферы услуг послужили такие показатели системы сбалансированных показателей, как рост и сохранение клиентской базы, прибыльность операций с клиентами и доля потребительского рынка. Трехмерная оценка деятельности (товаров) предприятия сферы услуг на основе показателей клиентской и финансовой составляющих позволила определить

направления стратегического развития. При определенных условиях может быть применима стратегия, сопровождающаяся повышением уровня и качества обслуживания потребителей без изменения потребительских свойств продукта (услуги); применением новых технологий, обеспечивающих снижение затрат на производство и оказание услуг, повышение их качества; модернизацией или даже заменой товаров и продвижением их на рынке. Возможно сочетание стратегий, связанных с модернизацией товаров и услуг, и стратегий, направленных на снижение издержек предприятия.

Список литературы

1. Каплан Р. С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию : пер. с англ. / Роберт С. Каплан, Дэйвид П. Нортон. – 2-е изд., исп. и доп. – М. : Олимп-Бизнес, 2005. – 320 с.

2. Немировский И. Б. Формирование системы стратегического управления на базе сбалансированных показателей деятельности организации [Электронный ресурс] / И. Б. Немировский, И. А. Старожукова. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2006. – Режим доступа: <http://economy-ru.com/planirovanie-prognozirovanie-finansovoe/formirovanie-sistemyi-strategicheskogo-18351.html>

L. A. Nasakina*

**Nasakina Liliya, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
lilia.nasakina@yandex.ru*

ANALYSIS OF STRATEGIC DEVELOPMENT DIRECTIONS OF SERVICE COMPANIES BASED ON CUSTOMER COMPONENT OF BALANCED INDICATORS

Keywords: consumer aspect, customer base, share of the consumer market, profitability of transactions with customers.

When forming the organization's strategy, attention is focused on establishing criteria important for the customers, but in the context of the target groups, market segments and strategic goals of the company which will meet the interests of investors (owners). Three-dimensional evaluation of activities (goods) of service companies based on indicators of customer and financial components of a balanced system helps to determine directions of strategic development.

© Насакина Л. А., 2014

УДК 657

Л. А. Парамонова*

*Парамонова Лариса Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_bu@tolgas.ru

ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ И АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ

Ключевые слова: учетная политика, внутренний контроль, рабочие документы контроля, контрольное тестирование, анализ эффективности.

Современные требования к организации учетного процесса экономическими субъектами определяют необходимость не только формирования и последовательного применения учетной политики, но и ее постоянного контроля и анализа эффективности использования ее основных элементов. Внутренний контроль и анализ эффективности применения учетной политики нацелены на установление ее соответствия действующим правовым актам в сфере бухгалтерского и налогового учета, характеру, масштабу и стратегии предпринимательской деятельности, ее актуализации в существующих условиях хозяйствования.

Учетная политика является системообразующим инструментом учетной системы экономического субъекта, поэтому ее формированию, актуализации и применению уделяется все больше внимания, что продиктовано требованиями рыночных условий хозяйствования и правовой системой бухгалтерского и налогового учета. Исключительная важность применяемой учетной политики определяет необходимость постоянной проверки ее соответствия осуществляемым видам экономической деятельности организации, действующему бухгалтерскому и налоговому законодательству. В рамках функционирующего экономического субъекта такая возможность реализуется путем проведе-

ния внутреннего контроля и анализа эффективности применяемой учетной политики. Значимость внутреннего контроля и анализа применяемой учетной политики предопределена рядом факторов, представленных на рис. 1.

Внутренний контроль и анализ учетной политики позволяет определить соответствие действующей учетной системы стратегическим целям развития экономического субъекта. Направленность организации на привлечение инвестиций и расширение сферы деятельности определяется максимизацией оценки активов, доходов и прибыли. Снижение и оптимизация налоговой нагрузки достигается за счет минимальной оценки активов и прибыли.

ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ЗНАЧИМОСТЬ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ И АНАЛИЗА УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ					
Перманентные изменения внешней и внутренней экономической среды организации	Динамичные изменения правовой системы бухгалтерского и налогового законодательства	Интеграция учетной политики с финансовой, дивидендной, договорной, кадровой, маркетинговой политикой и другими сферами деятельности организации	Самостоятельность выбора совокупности способов ведения бухгалтерского и налогового учета и возникновение бухгалтерских и налоговых рисков	Оптимизация налоговой нагрузки, налоговые риски	Повышение качества и прозрачности финансовой отчетности

Рис. 1. Перечень факторов, определяющих значимость внутреннего контроля и анализа применяемой учетной политики

Целевая направленность внутреннего контроля и анализа эффективности применяемой учетной политики организации заключается в установлении ее соответствия действующим нормативным и законодательным актам в сфере бухгалтерского и налогового учета, характеру, масштабу и стратегии предпринимательской деятельности и ее актуализации в существующих условиях хозяйствования.

Объектом контроля и анализа являются стандарты бухгалтерского и налогового учета экономического субъекта, внутренние регламенты, определяющие организацию и ведение учета на предприятии.

Задачи внутреннего контроля и анализа эффективности применения учетной политики обусловлены ее целевой направленностью:

- Проверка наличия и содержания стандартов экономического субъекта по учетной политике.

- Проверка соответствие формы и сроков принятия стандартов по учетной политике требованиям законодательных и нормативных актов по бухгалтерскому и налоговому учету.

- Контроль последовательности применения утвержденной учетной политики.

- Проверка применяемых способов учета, регламентированных действующими регламентами, и способов учета, отличных от установленных нормативными документами, но позволяющих организации достоверно и во всех существенных аспектах раскрыть ее финансовое состояние, финансовые результаты и движение денежных потоков.

- Контроль полноты раскрытия избранных способов учета, существенно влияющих на оценку и принятие экономических решений пользователями бухгалтерской (финансовой) отчетности.

- Контроль соблюдения учетной политики.

- Анализ эффективности применяемой учетной политики и ее соответствие целям развития экономического субъекта.

- Проверка процедур актуализации учетной политики путем внесения дополнений и изменений в действующую учетную политику.

Информационными источниками контроля за содержанием учетной политики и анализа эффективности ее применения являются:

- приказ об учетной политике для целей бухгалтерского учета, содержащий рабочий план счетов бухгалтерского учета; перечень утвержденных форм первичных документов, регистров бухгалтерского учета и форм внутренней и внешней бухгалтерской (финансовой) отчетности; правила документооборота и технологии обработки учетной информации; регламентированные способы учета бухгалтерских объектов и другие компоненты приказа об учетной политике;

- приказ об учетной политике для целей налогового учета, определяющий применяемый налоговый режим; регистры налогового учета; регламентированные способы учета для целей налогообложения и другие компоненты налоговой учетной политики;

- бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, приложения и пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах, которые раскрывают сведения, относящиеся к учетной политике организации; избранные при формировании учетной политике отличные от предыдущего года способы ведения бухгалтерского учета; изменения в учетной политике, существенно влияющие на оценку и принятие решений пользователей бухгалтерской (финансовой) отчетности в отчетном году или в периодах, следующих за отчетным, и других периодах;

- налоговая отчетность экономического субъекта.

Экспресс-оценка информационных источников проверки, их объем, состав и качество позволяют определить отношение управленческого аппарата к формированию и реализации учетной политики. Однако наличие приказа об учетной политике и других внутренних учетных регламентов, связанных с ней, своевременно утвержденных и правильно оформленных, не может в достаточной мере свидетельствовать об использовании учетной политики в качестве инструмента эффективного управления организацией. При проведе-

нии внутреннего контроля применения учетной политики должны применяться различные методы, наиболее значимыми из которых являются тестирование и аналитические процедуры.

В процессе внутренней проверки учетной политики необходимо выяснить:

- все ли положения приказа являются элементами учетной политики;

- все ли аспекты (организационно-технический, методологический) учетной политики нашли в ней отражение [1].

С этой целью контролеры проводят тестирование. Контрольное тестирование приказа об учетной политике оформляется рабочим документом проверки, имеющим доказательную силу. Примерное содержание такого рабочего документа представлено в табл. 1.

Таблица 1
форма РД-УП-1
(образец)

Тест-анкета учетной политики экономического субъекта

Объект проверки	Ответ		Пояснения
	да	нет	
Приказ об учетной политике для целей бухгалтерского учета			
I. Организационно-технический аспект			
Организация учетного процесса:			
1.1. бухгалтерский аппарат, возглавляемый главным бухгалтером;	X		
1.2. штатный бухгалтер;			
1.3. по договору специализированной организацией;			
1.4. по договору бухгалтером, не состоящим в штате;			
1.5. руководителем организации			
2.			
II. Методический аспект			
1. Условия принятия основных средств к учету	X		
Способ начисления амортизации по группам основных средств:			
2.1. линейным способом;	X		
2.2. уменьшаемого остатка;			
2.3. списание стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования;			
2.4. списание стоимости пропорционально объему продукции (работ, услуг)			
3. Условия принятия нематериальных активов к учету		X	отсутствуют в составе внеоборотных активов
III. Контроль за исполнением приказа об учетной политике			
		X	
IV. Ознакомление с приказом об учетной политике			
	X		

Результаты проведенного тестирования позволяют оценить полноту раскрытия основных аспектов учетной политики, регламентированных законодательными и нормативными актами. Для оценки полноты положений учётной политики контролеры должны убедиться, что в учетных стандартах экономического субъекта содержится информация, обосновывающая выбор организацией способов бухгалтерского учёта, регламентация которых отсутствует в нормативных актах и вариантность которых вытекает из нормативных актов, но прямо не указывает на них. Если организация самостоятельно разрабаты-

ет те или иные способы учёта, то внутренние контролеры должны проверить, не противоречат ли они установленным законодательным и нормативным документам.

Тестирование позволяет сформулировать особенности применения способов учёта исходя из специфики условий хозяйствования, видов осуществляемой деятельности и иных условий. Немаловажным является оценка используемых способов ведения бухгалтерского учета с точки зрения рациональности и экономичности построенного на их основе учетного процесса, влияние на формирование полной и достоверной информации финансо-

вого положения, финансовых результатов и движения денежных потоков организации. При этом следует сравнить затраты на реализацию учетной политики с потребностью в информации о деятельности организации для целей управления и ее достаточностью. Контролерам необходимо высказать свое мнение о качестве и достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности, которая является основным информационным источником для принятия решений управленческого персонала.

Типичными ошибками выявляемыми, в процессе проверки учетной политики путем ее тестирования являются:

- наличие положений, не являющихся элементами учётной политики и раскрываемых в иных внутренних регламентах организации;

- наличие в приказе способов бухгалтерского учета по элементам учетной политики, не соответствующим специфике деятельности организации, элементам, которые применялись ранее или будут необходимы в дальнейшем;

- несвоевременность внесения корректировок в связи с изменениями в законодательных и нормативных актах;

- несоблюдение требования последовательного применения выбранной учетной политики и другие.

Одной из задач управления является проведение регулярного систематического финансового и экономического анализа с учетом результативности и эффективности учетной политики в соответствии с целями организации. Самооценка хозяйствующего субъекта представляет собой всесторонний и систематический анализ финансово-хозяйственной деятельности и результатов.

Немаловажным при осуществлении контрольных процедур правильности формирования и соблюдения учетной политики является анализ эффективности ее применения. Учетная политика организации оказывает непосредственное влияние на формирование показателей бухгалтерской (финансовой) и налоговой отчетности, что подтверждает необходимость анализа основных показателей, представленных в отчетных формах, и показателей, рассчитанных на их основе, и является важным критерием оценки эффективности бухгалтерской и налоговой учетной политики.

Проводимый анализ основных показателей деятельности исследуемого экономического субъекта осуществляется в динамике за несколько отчетных периодов. Информационным источником является бухгалтерская (финансовая) отчетность и налоговая отчетность. Анализируемые данные и результаты анализа могут быть представлены в рабочем документе (табл. 2).

Таблица 2
форма РД-УП-2
(образец)

Анализ основных показателей деятельности ООО «XXX» за гг.

Показатели	Прошлый отчетный период	Отчетный период	Изменение, +/-	Темп прироста, %
1. Доходы, тыс. руб.	4905	7420	+2515	+51,27
Расходы, тыс. руб.	4502	5439	+937	+20,81
Чистый доход, тыс. руб.	403	1981	+1578	+391,56
4. Среднесписочная численность, чел.	16	16	-	-
5. Расходы на 1 руб. доходов, руб. (с.2/с.1)	0,92	0,73	-0,19	-20,65
6. Рентабельность продаж, % ((с.3/с.1)*100)	8,22	26,70	+18,48	+224,82
7. Рентабельность основной деятельности, % ((с.3/с.2)*1100)	8,95	36,42	+27,47	+306,93
8. Фонд оплаты труда, тыс. руб.	1464	1530	+66	+4,51
9. Производительность труда, руб. (с.1/с.4)	307	464	+157	+51,14
10. Соотношение темпа прироста доходов к темпу прироста фонда оплаты труда	x	11,37	x	x

По результатам проведенного анализа можно утверждать о положительных тенденциях в работе ООО «ХХХ», прирост доходов в отчетном году составил 51,27% по сравнению с прошлым отчетным годом, или в абсолютном выражении 2515 тыс. руб. Расходы организации также увеличились на 937 тыс. руб., однако темп прироста расходов меньше темпа роста доходов и составляет 20,81%. Это объясняет снижение расходов на 1 рубль доходов с 0,92 в 2012 году до 0,73 в 2013 году.

Наиболее значимыми для характеристики эффективности деятельности ООО «ХХХ» являются показатели чистого дохода, рентабельности продаж и основной деятельности. Чистый доход организации за исследуемый период увеличился почти в 5 раз, с 403 тыс. руб. в прошлом отчетном году до 1981 тыс. руб. в отчетном году, темп прироста составил 391,56%. Рост рентабельности продаж составляет 324,82%, или в абсолютном выражении 18,48. Рентабельность основной деятельности в отчетном году составила 36,42%, что превышает тот же показатель прошлого отчетного года на 27,47%, темп прироста данного показателя составил 306,93%.

Представленные показатели характеризуют деятельность исследуемого предприятия как доходную и эффективную по сравнению с прошлым отчетным годом, при сохранении той же среднесписочной численности работников.

В исследуемом периоде очевидно увеличение фонда оплаты труда на 66 тыс. рубэ, темп прироста незначительный – 4,51%. При этом производительность труда увеличилась на 51,14%. Соотношение темпа прироста доходов к темпу прироста фонда оплаты труда в 2013 году составляет 11,37, что положительно характеризует деятельность исследуемого экономического субъекта. Однако у исследуемой организации существует возможность оптимизации расходов на оплату труда и ее повышение, так как оптимальным является соотношение темпа прироста доходов к темпу прироста фонда оплаты труда в пределах 1.

Следующим этапом анализа эффективности принятой учетной политики является анализ эффективности использования средств экономическим субъектом, представленный в табл. 3.

Таблица 3
форма РД-УП-3
(образец)

Анализ эффективности использования средств ООО «ХХХ» в г.

Показатели	Уровень показателя
1. Доходы, тыс. руб.	7420
2. Основные средства, тыс. руб.	11667
3. Дебиторская задолженность, тыс. руб.	207
4. Кредиторская задолженность, тыс. руб.	12
5. Активы, тыс. руб.	57205
6. Отдача основных средств, обороты (с.1/с.2)	0,63
7. Оборачиваемость дебиторской задолженности, обороты (с.1/с.3)	35,85
8. Оборачиваемость кредиторской задолженности, обороты (с.1/с.4)	618,33
9. Отдача активов, обороты (с.1/с.5)	0,13
10. Средний срок погашения дебиторской задолженности, дни ((с.3/с.1)*360)	10
11. Средний срок погашения кредиторской задолженности, дни ((с.4/с.1)*360)	0,5

Анализ эффективности использования средств ООО «ХХХ» показал невысокий уровень эффективности использования основных средств и активов организации. Отдача основных средств составила 0,63 оборота, активов – 0,13 оборота. Данные показатели говорят о неэффективном использовании активов экономического субъекта,

из чего возникает необходимость пересмотра учетной политики активов, и в частности существенной его части основных средств.

Оборачиваемость дебиторской задолженности значительно меньше оборачиваемости кредиторской задолженности, соответственно 35,85 и 618,33 оборота.

Отрицательным моментом является значительное превышение сроков погашения дебиторской задолженности (10 дней) над сроками погашения кредиторской задолженности (0,5 дня). Фактически ООО «XXX» не накапливает кредиторскую задолженность, погашая ее в момент возникновения. При этом сроки погашения дебиторской задолженности говорят о кратковременном изъятии средств из оборота в связи с предоставлением покупателям и заказчикам отсрочки по продажам. Данные результаты говорят о неэффективной договорной политике исследуемого экономического субъекта или ее полном отсутствии. Договорная политика существенно влияет на организацию учета задолженности и формирование учетной

политики экономического субъекта. Необходимо пересмотреть договорные отношения с покупателями и заказчиками с целью минимизации отсрочки платежей, а также пересмотреть партнерские договоры с поставщиками и подрядчиками, отказавшись от поставок по предварительной оплате или на условиях авансирования.

Таким образом, внутренний контроль и анализ эффективности применения учетной политики является всей важнейшей составляющей системы внутреннего контроля экономического субъекта, охватывающей все контрольные процедуры. При проведении внутреннего контроля применения учетной политики наиболее доказательными и значимыми являются методы – тестирование и аналитические процедуры.

Список литературы

1. Ширкина Е. И. Аудит учетной политики [Электронный ресурс] / Е. И. Ширкина, Н. П. Василевич. – Режим доступа: http://www.mcd-pkf.com/publication/audit/publ_09.html

L. A. Paramonova*

**Paramonova Larisa, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_bu@tolgas.ru*

INTERNAL CONTROL AND ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF ACCOUNTING POLICY

Keywords: accounting policy, internal control, operational documents of control, control testing, effectiveness analysis.

Modern requirements for the organization of the accounting process by economic subjects determine the need for the formation and consecutive application of accounting policy, as well as for continuous monitoring and analysis of the efficiency of its basic elements. Internal control and analysis of the effectiveness of accounting policy are aimed at establishing its compliance with applicable legislation in the field of accounting and taxation, the nature, scale and business strategy, its actualization in the existing economic conditions.

© Парамонова Л. А., 2014

УДК 336.6

Л. Д. Савенков*

**Савенков Леонид Дмитриевич, аспирант*

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва

savenkovl@fbk.ru

СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Ключевые слова: система внутреннего контроля, интеграция, процесс бюджетирования, эффективность, бизнес-процесс.

Раскрывается роль внедрения системы внутреннего контроля в организацию процессов бюджетирования на промышленных предприятиях.

С 1 января 2013 г. в связи с вступлением в силу Федерального закона от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» разработка системы внутреннего контроля стала обязательным аспектом деятельности любой российской организации. Как отечественным, так и зарубежным законодательством установлено, что организации самостоятельно разрабатывают систему внутреннего контроля с учетом существующих особенностей хозяйственной деятельности. Формирование системы внутреннего контроля для всей организации и для различных объектов учета является актуальным и необходимым процессом, т. к. в настоящее время порядок осуществления внутреннего контроля, методики, процедуры и способы оценки эффективности внутреннего контроля разработаны еще недостаточно [5].

Объем и задачи внутреннего контроля могут различаться в зависимости от структуры проверяемого лица и требований его руководства, а также особенностей деятельности организации.

Контроль как функция управления предполагает оценку и анализ эффективности результатов работы. При помощи контроля производится оценка степени достижения целей и необходимая корректировка намеченных действий. Процесс контроля включает установление стандартов, измерение достигнутых результатов, сравнение этих результатов с планируемыми и, если нужно, пересмотр первоначальных целей. Контроль связывает во-

едино все функции управления, позволяет выдерживать нужное направление деятельности и своевременно корректировать неверные решения [2].

Понятие системы внутреннего контроля (СВК) не может быть универсально определено. Основопологающим является то, что система внутреннего контроля должна способствовать безопасному осуществлению бизнес-процессов и защите активов, а также длительному существованию предприятия. Речь идет не только о чистом контроле, но и охвате налогового аспекта. СВК также выходит за рамки простого учета и затрагивает все сферы деятельности предприятия. Внутренний контроль включает в себя все в компании, что стремится контролировать побочные эффекты и их возможное влияние на достижение целей. К этому относится избегание недостатков, их выявление и необходимые корректирующие меры.

СВК представляет собой процесс, по средствам которого целенаправленное достижение целей включает в себя следующие категории:

- эффективность и результативность деятельности;
- достоверность финансовой отчетности;
- соответствие стандартам и законодательству [7, с. 180].

СВК приписываются четыре принципа действия:

- Превентивность. Контроль приводит к предотвращению определенных ошибок,

например, с помощью более тщательной работы сотрудников предприятия.

– Дисфункциональность. Контроль также может негативно воздействовать на количество ошибок, если он оказывается чрезмерным.

– Коррективность. Когда с помощью контроля найденные ошибки могут быть исправлены.

– Надежность. Контроль рабочих процессов может приводить к надежности, когда работник может обеспечивать планомерное выполнение процессов [8, с. 28].

Профессор Института экономики HWZЦуриха Т. Раутенштраух выделяет четыре основных принципа, характеризующие СВК:

1. Внутренний контроль следует понимать как процесс, интегрированный в предпринимательскую деятельность, поэтому его нельзя воспринимать отдельно от всех процессов предприятия.

2. Внутренний контроль не является самоцелью, а лишь способствует достижению корпоративных целей.

3. Внутренний контроль не должен ограничиваться наличием корпоративных принципов, стандартами и определенной документацией, а должен распространяться на всю деятельность организации.

4. СВК не является гарантией полного отсутствия ошибок и рисков в компании, но она помогает предотвратить или обойти их. Даже если возможна почти абсолютная уверенность в отсутствии ошибок и рисков, то стоимость такой СВК будет значительно превышать выгоды, получаемые от ее использования [10].

Разделение деятельности предприятия на составные части различных бизнес-процессов и дальнейшая интеграция системы внутреннего контроля и систем управления качеством, ориентированных под каждый конкретный бизнес-процесс, способствует увеличению конкурентных преимуществ предприятия.

Бизнес-процесс представляет собой временную и логическую связь отдельных видов деятельности с различными поступающими и исходящими величинами. Процессы описываются различной внутренней документацией: методическими инструк-

циями и инструкциями по эксплуатации. Методические инструкции описывают логически связанные действия и определяют исполнителей, а инструкции по эксплуатации объясняют, как конкретно данное действие должно быть исполнено [9, с. 26].

На промышленных предприятиях цикл оборота капитала является сложным процессом, состоящим из стадии снабжения, стадии производства, а также хранения и сбыта продукции. Внедрение эффективного управленческого учета и планирования движения товарно-материальных и финансовых ресурсов предприятия на всех стадиях финансового цикла способствует улучшению эффективности управления предприятия в целом.

Одним из основных бизнес-процессов промышленного предприятия является процесс бюджетирования. Под бюджетированием понимается процесс, интегрированный и распространяющийся на весь периметр деятельности промышленного предприятия. Бюджетирование является основой планирования и принятия управленческих решений в компании, оценки всех аспектов финансовой состоятельности, а также основой укрепления финансовой дисциплины и подчинения интересов отдельных структурных подразделений интересам компании в целом и ее собственникам.

Приоритетное место в организации системы внутреннего контроля на промышленном предприятии занимает организация системы бюджетирования. Под бюджетированием понимается технология финансового планирования, учета и контроля доходов и расходов, получаемых от бизнеса на всех уровнях управления, которая позволяет анализировать прогнозируемые и полученные финансовые показатели. Также под бюджетированием может пониматься оперативная система управления компанией по центрам ответственности через бюджеты, позволяющая достигать поставленных целей путем наиболее эффективного использования ресурсов. В свою очередь, бюджет подразумевает под собой выраженное в цифрах запланированное на будущее финансовое состояние фирмы.

Бюджетом является финансовый документ установленного формата, по которому происходит планирование и учет результатов деятельности промышленного предприятия. Институт дипломированных бухгалтеров по управленческому учету США определяет понятие бюджета в качестве количественного плана в денежном выражении, подготовленного и принятого до определенного периода времени, обычно показывающего планируемую величину дохода, которая должна быть достигнута, и (или) расходы, которые должны быть понесены в течение периода, и капитал, который необходимо привлечь для достижения данной цели.

Предлагается выделить следующие основные функции бюджета:

1. Планирование операций, обеспечивающих достижение целей организаций.
2. Координация различных видов деятельности и подразделений, согласование интересов отдельных работников и групп в целом по организации.
3. Стимулирование руководителей всех рангов в достижении целей своих центров ответственности.
4. Контроль текущей деятельности, обеспечение плановой дисциплины.
5. Выработка основы для оценки выполнения плана центрами ответственности и их руководителей.
6. Обучение менеджеров [6, с. 83].

Система внутреннего контроля, интегрированная в процессы бюджетирования, осуществляет контроль за:

- 1) обеспечением «финансовой прозрачности» деятельности предприятия;
- 2) проведением постоянного мониторинга финансовой эффективности отдельных видов хозяйственной деятельности и структурных подразделений;
- 3) повышением эффективности использования имеющихся в распоряжении компании и ее отдельных структурных подразделений ресурсов, активов (материальных и нематериальных) и ответственности руководителей различного уровня управления за предоставленные в их распоряжение ресурсы и активы (за превышение лимитов товарных запасов, за просрочку оплаты товарных кредитов и т. п.);

4) укреплением финансовой дисциплины и стимулированием более эффективной работы структурных подразделений в интересах всей организации;

5) разработкой системы координат для бизнеса, базы исходных данных для финансового анализа и финансового менеджмента;

6) переводом системы планирования с натуральных и физических единиц измерения на финансовые показатели;

7) повышением финансовой обоснованности принимаемых управленческих решений на всех уровнях управления;

8) определением направлений инвестиционной политики;

9) контролем за изменением финансовой ситуации на предприятии, повышением финансовой устойчивости и улучшением финансового состояния предприятия в целом, отдельных структурных подразделений.

Также необходимо уделить особое внимание соблюдению принципов бюджетирования на промышленных предприятиях, которые основываются на:

1. Унификации (единообразия) всех бюджетных форм для всех подразделений независимо от специфики их хозяйственной деятельности.
2. Унификации (согласованности) бюджетных периодов для предприятия и подразделений.
3. Коммуникативности – согласованности вспомогательных бюджетных документов друг с другом и с основными бюджетными формами.
4. Оперативности данных, обеспечивающей своевременность принятия управленческих решений.
5. Непрерывности процесса, предусматривающей регулярный мониторинг показателей бюджетов, а также пересмотр и корректировку ранее сделанных прогнозов.
6. Директивности – утвержденный бюджет должен исполняться, обеспечивая достижение поставленных целей.
7. Детализации статей расходов, обеспечивающей контроль за использованием средств, и возможность выявления резервов для экономии ресурсов.

Грамотно построенная и интегрированная система внутреннего контроля в процессы бюджетирования способствует достижению целей бюджетного управления:

1) повышение эффективности деятельности предприятия;

2) координация использования ресурсов;

3) улучшение внутрифирменной коммуникации;

4) повышение управляемости;

5) достижение стратегических целей предприятия.

Список литературы

1. Васильчук О. И. Бухгалтерский учет и анализ : учеб. пособие для студентов, обучающихся по спец. «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / под ред. Л. И. Ерохиной. – М., 2011.

2. Васильчук О. И., Савенков Д. Л. Основы управления предприятиями сферы услуг // Сибирская финансовая школа. – 2011. – № 3.

3. Савенков Л. Д., Савенков Д. Л. Об интеграции систем управления качеством и внутреннего контроля на промышленных предприятиях // Сибирская финансовая школа. – 2014. – № 1.

4. Савенков Л. Д., Савенков Д. Л. Обеспечение конкурентоспособности экономического субъекта на основе системы внутреннего контроля // Вестник Поволжского государственного института сервиса. – 2014. – № 1.

5. Одегова Н. А. Оценка эффективности системы внутреннего контроля операций с долговыми финансовыми вложениями // Аудитор. – 2014. – № 1.

6. Шеремет А. Д., Николаева О. Е., Полякова С. И. Управленческий учет. – М. : ИНФРА-М, 2009.

7. Hirschi B., Hurlimann E., Toma A., Werren K. Das Interne Kontrollsystem. Verlag: Schlaefli& Maurer AG Bern, 2011.

8. Frugier F. Die Einrichtung Moderner Interner Kontrollsysteme in Unternehmen. Verlag: DruckDiplomica. Hamburg, 2009.

9. Bungartz O. Handbuch Interne Kontrollsysteme (IKS). Steuerung und Überwachung von Unternehmen. 3, neubearbeitete Auflage. Erich Schmidt Verlag GmbH, Berlin 2012.

10. Rautenstrauch T., Hunzike S. Stärkung des IKS. WEKA Finanzen – Das Schweizer Portal für Rechnungswesen. Controlling und Buchhaltung, 2010.

L. D. Savenkov*

**Savenkov Leonid, graduate student*

of Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow

savenkovl@fbk.ru

INTERNAL CONTROL SYSTEM IN THE BUDGETING OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Keywords: internal control system, integration, budgeting process, efficiency, business process.

The article considers the role of implementing the internal control system in the organization of budgeting processes of industrial enterprises.

© Савенков Л. Д., 2014

УДК 334.012.64

О. Н. Свешникова*

**Свешникова Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент
Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева, г. Саранск
svesholga@yandex.ru*

И. Г. Ельмеева*

**Ельмеева Ирина Геннадьевна, студентка
Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева, г. Саранск
irinaelmeeva@yandex.ru*

ПРОБЛЕМЫ СТАНДАРТИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ РОССИЙСКОГО МАЛОГО БИЗНЕСА

Ключевые слова: малые предприятия, средние предприятия, Международные стандарты финансовой отчетности, Стандарт (IFRS for SMEs) для малого и среднего бизнеса, причины, упрощения.

Дается краткая характеристика состояния предприятий малого бизнеса РФ с позиции возможности стандартизации их бухгалтерской отчетности. Обозначены основные проблемы, с которыми сталкивается МСП при составлении отчетности в соответствии с МСФО. Выявлены основные упрощения стандарта для малого и среднего бизнеса к требованиям раскрытия информации, признания и оценки по сравнению с требованиями основных МСФО.

Как известно, переход на международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) российских экономических субъектов – это принципиальное направление развития бухгалтерского учета и отчетности. При этом все привыкли воспринимать МСФО в первую очередь применительно к крупному бизнесу. Попытаемся не столько опровергнуть данную позицию, сколько посмотреть на нее иначе.

Одной из характерных черт современной российской экономики является увеличение числа малых и средних предприятий (МСП). На данный момент доля малых предприятий в экономике России невелика: в 2013 году в стране действовало 1994,4 тыс., что составляет 26,7% от общего количества зарегистрированных предприятий. В секторе МСП занято 19% от экономически активного населения России. Оборот МСП за 2013 год составил 10933,7 млрд руб., то есть 11% от оборота всех зарегистрированных на территории России предприятий, вклад сектора МСП в ВВП составил 21% [1]. Тем не менее до развитых стран нам еще далеко. Например, в странах Евросоюза малый бизнес обеспечивает 70% рабочих мест в экономике [2]. В структуре отечественной эко-

номики МСП пока не является существенным звеном, однако однозначно можно утверждать, что развитие данного сектора является наиболее перспективным. На рис. 1 представлена динамика роста количества малых предприятий в России начиная с 2007 года.

Из графика видно, что число малых предприятий за прошедшие 7 лет значительно увеличилось. Их прирост составил 75%. Все это является результатом планомерно осуществляемой государством политики роста и поддержки данного сектора экономики. В 2014 году Правительство РФ планирует направить субсидий на поддержку МСП в размере 20,1 млрд руб. [3]. Кроме того, немаловажным фактором развития являются специальные налоговые режимы для субъектов малого бизнеса, предусмотренные ст. 18 НК РФ. По данным статистики, на 1 января 2013 года 61% всех зарегистрированных малых предприятий воспользовались правом применять упрощенную систему налогообложения, единый налог на вмененный доход применяли 20% субъектов малого бизнеса, а 2% уплачивали единый сельскохозяйственный налог [4].

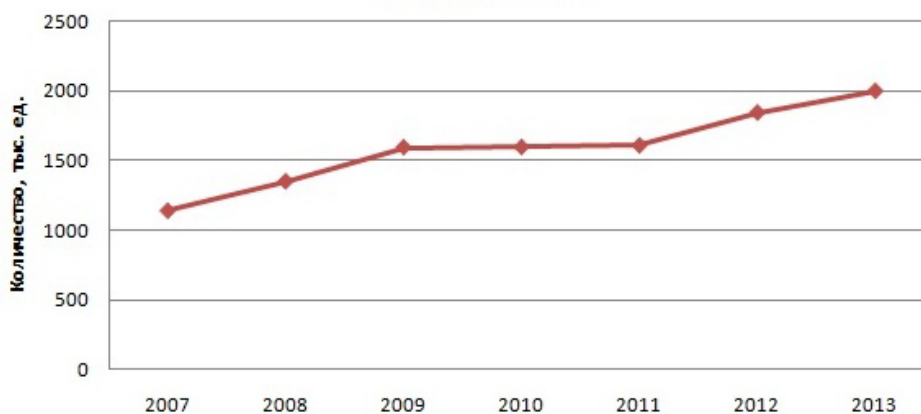


Рис. 1. Динамика роста численности малых предприятий в РФ за 2007–2013 гг.

Глобализация и интеграция мировой экономики, развитие международных связей и сотрудничества заставляют задуматься сектор МСП о повышении конкурентоспособности, проявлении конкурентного преимущества.

Россия не может оставаться в стороне от существующей тенденции мирового развития малого бизнеса, от вовлечения в мировое экономическое пространство. Но у российских предприятий такого типа существует ряд препятствий к этому. Одним из них является несогласованность и несовершенство законодательства, связанного с ведением и организацией бухгалтерского учета и подготовкой отчетности. В частности, методические вопросы ведения бухгалтерского учета на МСП являлись самостоятельным предметом регулирования: на стадии возникновения малого предпринимательства – в Приказе Минфина РФ от 21.12.1998 № 64н «О Типовых рекомендациях по организации бухгалтерского учета для субъектов малого предпринимательства»; на стадии развития – в Информации МФ РФ от 19 июля 2010 года № ПЗ-3/2010 «Об упрощенной системе бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности для субъектов малого предпринимательства», Рекомендациях для субъектов малого предпринимательства по применению упрощенных способов ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности Института профессиональных бухгалтеров и аудиторов России от 17.09.2013. Как видно, последний документ является ответом на ФЗ № 402 «О бухгалтерском учете»

(применительно к МСП, применяющим упрощенную систему налогообложения). Большинство же нормативно-законодательных актов, определяющих данный сектор экономики, связано с налогообложением [10].

В данный момент предприятия малого и среднего бизнеса не спешат переходить на МСФО. Причины практически такие же, как и для предприятий, ориентированных на полный комплект МСФО, но в более концентрированном виде: недостаток информации не столько о стандартах, сколько об опыте применения; высокая стоимость обучения МСФО сотрудников, а их количество невелико, если не сказать – мало; значительная стоимость услуг аудиторско-консалтинговых компаний как относительно обучения персонала, так и предоставления подобного рода услуг и т. п. Все это требует вложений, отдачу от которых невозможно получить быстро. Также не все бизнесмены МСП ориентированы на будущее, многие заинтересованы исключительно в получении экономических выгод, значительно превышающих инвестиции, в обозримом периоде.

Еще в 2009 году Советом по Международным стандартам финансовой отчетности (СМСФО) утвержден комплект документов, предназначенных для МСП, основополагающим из которых является стандарт (IFRS for SMEs) для малого и среднего бизнеса с целью обеспечения сопоставимости и устранения различий в национальных системах бухгалтерского учета разных стран. Но для полноценного перехода МСП на МСФО необходимо одно-

значное определение единых критериев отнесения предприятий к малому и среднему бизнесу, разработка общих методологических подходов к предоставлению информации о бизнесе в финансовой отчетности.

В России раскрытие методологического подхода к типизации категории «предприятия малого бизнеса» происходит через призму ФЗ №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 года. В нем однозначно утверждается, что к субъектам малого предпринимательства относятся внесенные в единый государст-

венный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица крестьянские (фермерские) хозяйства [5]. Кроме того, существует ряд экономических критериев отнесения предприятия к категории МСП. Приведем сравнительный анализ критериев отнесения к МСП в странах мира и РФ (табл. 1).

Таблица 1

Критерии отнесения предприятий к МСП в странах мира

Страна	Годовой оборот	Величина активов	Численность занятых	Доля участия РФ и ее субъектов в уставном капитале	Доля рынка	Степень участия сторонней организации
Россия: Микропредприятия	60 млн руб.	60 млн руб.	1-14	Не более 25%	-	Не более 25%
Малые предприятия	400 млн руб.	400 млн руб.	15-100			
Средние предприятия	1000 млн руб.	1000 млн руб.	101-250			
Страны Евросоюза	До 50 млн EUR	До 43 млн EUR	1-249	-	-	-
США: Микропредприятия	-	-	1-9	-	Отсутствие доминирующего положения на рынке	-
Малые предприятия			10-49			
Средние предприятия			50-499			

Согласно Стандарту, МСП – это компании, которые публично не отчитываются, т. е. не публикуют в обязательном порядке финансовую отчетность, но при этом выпускают финансовую отчетность для внешних пользователей. Другими словами, малыми и средними не являются компании, чей бизнес основан на привлечении средств третьих лиц. Также к ним не относятся предприятия, размещающие свои акции и другие ценные бумаги на рынке. Никаких других количественных критериев для отнесения предприятия к малому Совет не вводит.

Таким образом, можно сделать вывод, что единого подхода к определению МСП нет. Российское законодательство использует множество критериев, таких как ус-

тавный капитал, количество сотрудников, выручка. Но для разных государств экономические показатели являются несопоставимыми, что обусловлено разными подходами к их оценке. В итоге, на наш взгляд, решение о том, какие предприятия имеют право применять МСФО для МСП, должны принимать законодатели на местном уровне.

МСФО для МСП основывается на полном комплекте МСФО, который подвергся упрощению. При этом МСФО для МСП является самостоятельным стандартом. В Стандарте для МСП существуют вопросы, которые не были освещены, так как не все они необходимы для пользователей отчетности МСП. К ним относятся: доход на акцию; промежуточная финансо-

вая отчетность; раскрытие по сегментам; страхование; финансовые активы для продажи.

Многие руководители малого бизнеса считают, что затраты на соответствие требованиям бухгалтерских стандартов пре-

вышают выгоды. Поэтому в МСФО для МСП содержится ряд упрощений к требованиям раскрытия информации, признания и оценки по сравнению с требованиями основных МСФО. Основные упрощения представлены на рис. 2.



Рис. 2. Основные упрощения Международных стандартов финансовой отчетности для малых и средних предприятий

Кроме того, некоторые упрощения связаны с принципами признания и оценки в области учета биологических активов, пенсионных планов, выплат, основанных на акциях, аренды [6].

Что касается составления финансовой отчетности, здесь важным упрощением является возможность не представлять отчет о финансовом положении на начальную дату самого раннего сравнительного периода, если компания ретроспективно пересматривает статьи финансовой отчетности. Стоит отметить и разрешение представлять один отчет о совокупных доходах и нераспределенной прибыли вместо двух отдельных отчетов: отчета о совокупном доходе и отчета о движении капитала, если единственными причинами изменения капитала явились изменения в учетной по-

литике, выплата дивидендов, исправление ошибок прошлого периода, прибыль или убыток отчетного периода,

Мы считаем, что, несмотря на неоспоримые преимущества упрощенного Стандарта, реальных возможностей его распространения в РФ на данный момент нет. Во-первых, это связано с малой развитостью сектора малого и среднего бизнеса. Наибольшая часть организаций, применяющих МСФО в России, являются крупными публичными компаниями, их дочерними предприятиями или дочерними для иностранных компаний. Первые применять упрощенный стандарт не имеют права, для вторых это не является целесообразным, так как в последующем при консолидации надо будет проводить дополнительные корректировки с целью приведения отчет-

ности в соответствии с требованиями полных МСФО.

Во-вторых, в основном МСФО разработаны для публичных компаний и используются для подготовки прогнозов на будущее. Пользователи финансовой отчетности МСП часто подобных прогнозов не делают. Нередко целью деятельности малых предприятий является элементарное выживание и поддержание стабильного функционирования на рынке, а вовсе не рост и максимизация прибыли.

Среди ученых, официальных лиц пока еще нет единой точки зрения относительно МСФО для МСП. Так, Модеров С., член Ассоциации Сертифицированных Присяжных Бухгалтеров Великобритании, руководитель отдела финансового учета по международным стандартам Института проблем предпринимательства (Санкт-Петербург), Контролер качества Института Профессиональных Аудиторов России, обобщая опыт распространения МСФО для МСП в мире, считает, что в РФ данный стандарт может применять любая непубличная компания [7]. Сухарев И., начальник отдела методологии бухгалтерского учета и отчетности Департамента регулирования государственного финансового контроля, аудиторской деятельности, бухгалтерского учета и отчетности Министерства финансов РФ, признает данный стандарт исключительно для целей обучения [8].

Тем не менее мы полагаем, что МСФО для МСП могут использовать небольшие российские предприятия, заинтересованные в получении иностранных займов, кредитов, что может представляться актуальным в периоды высоких ставок заемных средств в системе национального финансирования. Также важным становится применение Стандарта экспортно ориентированными российскими малыми и средними компаниями. В данный момент их насчитывается 516 [9]. Из рис. 3 видно, что большая часть из них заняты в легкой и обрабатывающей промышленности, на данные виды деятельности приходится примерно по 33%. Среди обрабатывающих предприятий подавляющее большинство занимаются металлургическим производством, производством машин и оборудования, также значительная часть предприятий заняты химическим производством. В легкой промышленности большая часть компаний заняты текстильным производством, производством изделий из кожи.

Второе по значимости место в структуре экспортно ориентированных малых предприятий занимает оптовая торговля – 14%. Большинство из них осуществляют торговлю пищевыми продуктами, напитками, табачными изделиями. Также значительной является доля предприятий, занимающихся лесоводством и лесозаготовками, их доля в структуре равна 11%.

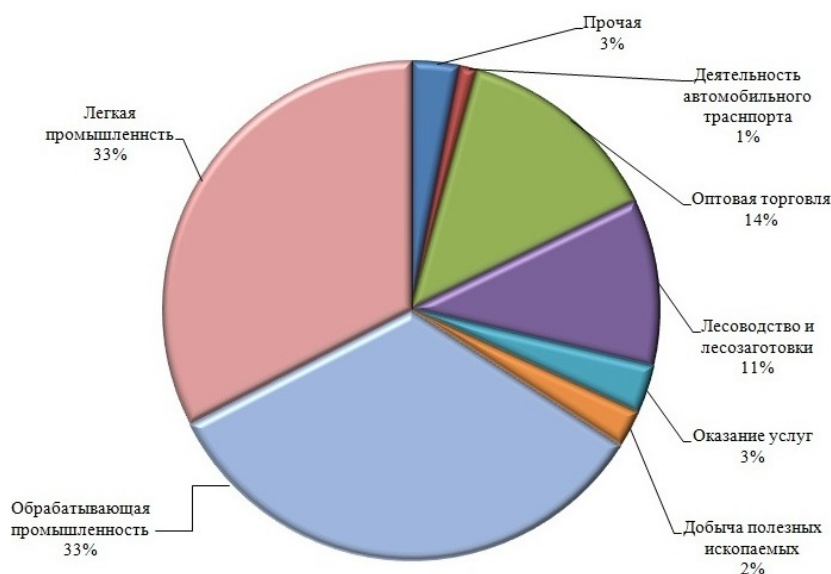


Рис. 3. Структура экспортно-ориентированных малых предприятий РФ по видам деятельности, %

Составление отчетности согласно МСФО экспортно ориентированными малыми предприятиями повысит их привлекательность со стороны иностранных партнеров, так как станет прозрачной, однозначно понятой, дающей полное представление о деятельности. Также необходимо отметить, что, варьируя варианты основных МСФО, авторы Стандарта исходили из преимущественных информационных потребностей пользователей отчетности малых предприятий и затрат на ее подготовку. В итоге МСФО для МСП явились ответом на потребность создания единой системы учета и отчетности для малых и средних компаний развивающихся-

ся стран, которая будет несколько проще, чем основные МСФО.

Применение МСФО для МСП явится первым шагом для всеобщей стандартизации финансовой отчетности хозяйствующих субъектов, будет мотивировать учетно-экономический персонал к изучению МСФО, позволит данному сектору экономики уверенно чувствовать себя в мировом экономическом пространстве. Важно понимать, что предоставление отчетности по МСФО постепенно становится необходимым условием функционирования любого предприятия в условиях глобализации экономики.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] // <http://www.gks.ru> – URL: <http://www.gks.ru> (Дата обращения 02.04.2014).
2. Малый бизнес в России. Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства [Электронный ресурс] // <http://www.smb.ru/> – URL: http://www.smb.ru/analytics.html?id=mb_russia&part=p1_1 (Дата обращения 19.04.2014).
3. Направления государственной поддержки малого и среднего предпринимательства на 2014 год [Электронный ресурс] // <http://www.economy.gov.ru> – URL: <http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/activity/sections/smallBusiness/support/> (Дата обращения 23.03.2014).
4. Данные по формам статистической налоговой отчетности [Электронный ресурс] // <http://www.nalog.ru> – URL: http://test.nalog.ru/rn57/related_activities/statistics_and_analytics/ (Дата обращения 23.04.2014).
5. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Консультант плюс. – Загл. с экрана.
6. МСФО для малых и средних компаний [Электронный ресурс] // <http://www.buh.ru/> – URL: <http://www.buh.ru/articles/documents/14502/> (Дата обращения 25.03.2014).
7. Модеров С. Презентация на тему: «МСФО для малого и среднего бизнеса» [Электронный ресурс] // <http://www.myshared.ru> – URL: <http://www.myshared.ru/slide/107842/> (Дата обращения 25.04.2014).
8. Андреева Л. МСФО для среднего бизнеса [Электронный ресурс] // <http://gaar.ru> – URL: http://gaar.ru/articles/MSFO_dlya_srednego_biznesa/ (Дата обращения 26.04.2014).
9. Российские компании-экспортеры [Электронный ресурс] // <http://www.ved.gov.ru/> – URL: http://www.ved.gov.ru/rus_export/russian_exporters/ (Дата обращения 23.04.2014).
10. Васильчук О. И. Бухгалтерский учёт и анализ : учеб. пособие / О. И. Васильчук и др. ; под ред. Л. И. Ерохиной. – М. : Форум, 2011. – 496 с.

O. N. Sveshnikova*

**Sveshnikova Olga, PhD in Economics, Associate Professor
of Mordovia State University of N. P. Ogarev, Saransk
svesholga@yandex.ru*

I. G. Elmeeva*

**Elmeeva Irina, student
of Mordovia State University of N. P. Ogarev, Saransk
irinaelmeeva@yandex.ru*

STANDARDIZATION PROBLEMS OF ACCOUNTING AND REPORTING OF RUSSIAN SMALL BUSINESS

Keywords: small business, medium business, International Financial Reporting Standards, Standard (IFRS for SMEs) for small and medium businesses, reasons, simplification.

The article provides brief characteristics of the state of small businesses in the Russian Federation from the point of view of standardizing their financial statements. The authors consider major issues faced by SMEs when preparing financial statements in accordance with IFRS. The work reveals basic standard simplifications for small and medium businesses related to the disclosure requirements, recognition and assessment, in comparison with the basic requirements of IFRS.

© Свешникова О. Н., Ельмеева И. Г., 2014

УДК 658.5

И. А. Соколова*

**Соколова Ирина Александровна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
sokolovairina.tlt@mail.ru*

СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ РИСКА И НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Ключевые слова: внутренний контроль, функции контроля, риск, неопределенность.

Представлена сущность системы внутреннего контроля организации в условиях риска и неопределенности.

Понятие «внутренний контроль» существует достаточно давно. Как система контроля деятельности организации понятие «внутренний контроль» сформировалось к началу XX столетия в виде составляющей из трех элементов: разделение полномочий, ротация персонала, использование и анализ учетных записей. Со временем перечень функций внутреннего контроля стал более объемным, трансформировавшись в организацию и координирование действий, имеющих направленность на обеспечение сохранности активов, проверку надежности учетной информации, повышение эффективности осуществляемых операций, следование предписаниям учетной политики и процедурам, установленным в организации. Развиваясь и расширяя сферу своей деятельности, внутренний контроль к концу XX века выходит за рамки бухгалтерского учета и является и инструментом контроля за рисками, поскольку его функции пересекаются с управлением рисками, или риск-менеджментом.

Актуальность данной темы обусловлена объективной необходимостью формирования информации, необходимой для управления экономическими процессами, разработки эффективной системы внутреннего контроля в условиях неопределенности и риска. Данная проблема требует разработки действенных рекомендаций и определения направлений совершенствования контрольной деятельности.

В Федеральном законе «О бухгалтерском учете» от 6.12.2011 г. № 402-ФЗ сказано, что на законодательном уровне не установлены определенные ограничения по

порядку, процедурам и способам организации системы внутреннего контроля в организациях. На сегодняшний день официальные разъяснения относительно сущности, структуры и механизма действия системы внутреннего контроля представлены в аудиторских стандартах.

Рассмотрим определение, которое содержится в правилах (стандартах) аудиторской деятельности. Система внутреннего контроля – это совокупность организационной структуры, методик и процедур, принятых руководством экономического субъекта в качестве средств для упорядоченного и эффективного ведения хозяйственной деятельности, включающая организованные внутри данного экономического субъекта и его силами надзор и проверку:

- соблюдения требований законодательства;
- точности и полноты документации бухгалтерского учета;
- своевременности подготовки достоверной бухгалтерской (финансовой) отчетности;
- предотвращения ошибок и искажений;
- исполнения приказов и распоряжений;
- обеспечения сохранности имущества организации [2, с. 25].

Таким образом, внутренний контроль – это процесс, направленный на достижение таких целей организации, как достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности, эффективность финансово-хозяйственной

деятельности, и соблюдение требований законодательства.

Определение внутреннего контроля с точки зрения бухгалтерского учета можно представить следующим образом: это структура, политика, правила, процедуры по обеспечению сохранности активов организации и достоверности бухгалтерских данных.

Внутренний контроль – это контроль внутри организации, который противопоставляется внешнему контролю, в данном контексте определение внутреннего контроля аналогично понятию «управленческий контроль». Следует отметить, внутренний контроль эффективен лишь в том случае, если имеется направленность на достижение целей организации, которые обосновываются и определяются заблаговременно.

Риски возникают в силу наличия неопределенности внешних условий и внутренней реализации бизнес-процессов организации. Неопределенность не является причиной риска, высокий уровень неопределенности может приводить и к удачному стечению обстоятельств. Существование риска непосредственно связано с наличием неопределенности, которая неоднородна по форме проявления и по своему содержанию.

Для того чтобы оценить риск, необходимо:

- определить содержание понятия «риск»;
- выявить и классифицировать факторы, влияющие на риск;
- определить методы качественной и количественной оценки;
- сформировать исходные данные для расчета значения риска.

В зависимости от сферы возникновения факторы подразделяют на внутренние и внешние, которые, в свою очередь, делятся на факторы прямого и косвенного воздействия. Основной отличительной чертой внешних факторов является то, что на них нельзя повлиять, но необходимо учитывать при осуществлении финансово-хозяйственной деятельности. К числу основных внешних факторов относятся: политическая и социальная нестабильность; высокий уровень инфляции; ситуация на

рынках сырья и сбыта продукции; изменения правил хозяйствования и налогового законодательства.

Факторы прямого воздействия непосредственно влияют на уровень предпринимательского риска. К факторам косвенного воздействия относятся факторы, которые могут не оказывать прямого немедленного воздействия на уровень риска, но способствуют его изменению. Это экономическая политика государства, международная и политическая обстановка, цикличность развития отрасли, уровень социальной напряженности в регионе, стихийные действия.

Отличительной чертой внутренних факторов является то, что они связаны с деятельностью организации и существует возможность воздействия на них. К данным факторам относятся: общее финансовое состояние хозяйствующего субъекта и специфика производственного процесса, производственный и кадровый потенциал организации, величина и структура активов. Внутренние факторы риска, в свою очередь, подразделяются на факторы основной и вспомогательной деятельности.

Необходимо обратить внимание, на уровень неопределенности и риска влияют многочисленные внешние и внутренние факторы. Рассмотрев данные факторы, можно сделать вывод: с точки зрения внутреннего контроля наибольшее внимание необходимо уделять оценке и анализу внутренних факторов как наиболее значимым и управляемым в рамках организации.

Риски контроля могут быть определены следующим образом:

- полноценность системы внутреннего контроля, которая состоит из элементов – контрольная среда; оценка и управление рисками финансово-хозяйственной деятельности организации; информационные системы для процесса подготовки бухгалтерской (финансовой) отчетности; контрольные действия; мониторинг средств контроля (при полноценной системе внутреннего контроля уровень рисков организации будет минимальным);
- соответствие формируемой в организации учетной политики национальным или международным стандартам;

- регулярность и периодичность проведения контрольных мероприятий со стороны собственников;

- уровень квалификации и ротация работников бухгалтерской службы (при правильной организации работы бухгалтерии риск искажения информации будет значительно меньше);

- число и качество проводимых в предыдущие отчетные периоды проверок – чем чаще проводятся проверки, тем меньше вероятность мошенничества и ошибок;

- количество представленных рекомендаций и критических замечаний по результатам предыдущих проверок (чем больше число замечаний, тем выше уровень риска системы внутреннего контроля);

- размер предъявленных штрафных санкций за предыдущие периоды (чем больше количество и размер штрафов и пени, тем выше риски системы внутреннего контроля);

- состояние системы внутреннего документооборота (чем совершеннее система документооборота и выше уровень автоматизации информационных потоков, тем меньше уровень рисков искажения информации);

- качество информационной базы (в зависимости от источников информации при формировании бухгалтерской (финансовой) отчетности возрастают или уменьшаются риски контроля и искажения информации).

Контроль включает в себя текущий сбор и обработку информации, проверку отклонений фактических показателей деятельности организации от нормативных или плановых и, что наиболее важно, подготовку рекомендаций для принятия решения. Внутренний контроль позволяет выявить недостатки в предпринимательской деятельности, рационально использовать ресурсы, выявлять и вводить в действие резервы, избежать банкротства и проявления кризисных ситуаций. Контроль в организации включается в процесс управления на всех уровнях – определения целей, разработки бизнес-планов, мониторинга, выявления отклонений от поставленных целей на всех этапах жизни продукции (товара).

Эффективность функционирования системы внутреннего контроля организации зависит в немалой степени от учетно-аналитического обеспечения данного процесса, то есть речь идет о своевременном обеспечении объективной, своевременной, достоверной и качественной информации. Надлежащим образом организованное информационное обеспечение системы внутреннего контроля предполагает, что необходимая для осуществления контроля информация должна поступать в соответствующее место в нужное время, с необходимой степенью точности и детализации, в оптимальном объеме.

В современных условиях хозяйствования, для которых характерен высокий уровень неопределенности и нестабильности внешней среды, эффективное управление организацией предполагает значительный объем контрольной и плановой работы. Жесткая конкуренция на мировых и отечественных рынках, быстрое развитие и смена технологий, растущая диверсификация бизнеса, усложнение бизнес-процессов и другие факторы выдвигают новые, более сложные требования к системе внутреннего контроля организации.

Сущность внутреннего контроля отражается в его функциях, среди которых необходимо выделить следующие:

- информационная функция (информация, полученная в результате контроля, является основанием для принятия соответствующих управленческих решений);

- профилактическая функция (предполагающая устранение и недопущение в будущем наиболее рискованных ситуаций);

- мобилизующая функция (принуждает субъект хозяйствования ответственно выполнять свои обязательства, обеспечивать целесообразное использование средств и ресурсов);

- воспитательная функция (предполагает соблюдение договорной и исполнительской дисциплины).

Выделяют основные виды контроля (исходя из времени проведения контроля): предварительный, текущий и последующий контроль. По функциональной направленности в зависимости от постав-

ленных целей и задач организации различают следующие виды внутреннего контроля: финансово-экономический, бухгалтерский, юридический, технологический, кадровый и другие.

Системы бухгалтерского учета и внутреннего контроля должны быть согласованы и сопряжены. В свою очередь, система бухгалтерского учета может считаться надежной и эффективной, если надежны все стадии обработки информации, выполняемые ею:

- контроль правильности оформления и полноты первичных учетных документов, их систематизация и хранение;

- отражение содержания первичных учетных документов в форме бухгалтерских записей и фиксация фактов хозяйственной деятельности в соответствии с нормативными положениями и учетной политикой;

- расчет оценочных показателей и их отражение в форме бухгалтерских записей;

- ведение регистров учета;

- формирование бухгалтерской (финансовой) отчетности;

- обеспечение сохранности информации, создание архивов бухгалтерской учетной документации и др.

Таким образом, внутренний контроль является необходимым условием успешной и эффективной деятельности организации. Внутренний контроль дает возможность избежать нежелательных результатов деятельности организации и создать необходимые условия для стимулирования персонала. Обобщая высказывания отече-

ственных экономистов по вопросам организации системы внутреннего контроля, необходимо перечислить существующие проблемы:

- отсутствие нормативной базы – внутренний контроль не стандартизирован, отсутствуют общие правила проведения, не регламентирована его периодичность;

- не определены место и роль каждого субъекта внутреннего контроля, отсутствует четкое разграничение сфер деятельности, имеет место нерациональное разделение обязанностей между субъектами контроля;

- органы внутреннего контроля организации на практике слабо взаимодействуют между собой, имеет место разобщенность в правилах проведения внутреннего контроля, в большинстве случаев не сформирована внутренняя отчетность и достаточная информационная база;

- не уделяется достаточно внимания проблемам оценки и анализа рисков.

Решение перечисленных проблем позволит повысить эффективность системы внутреннего контроля организации, увеличит степень доверия к информации, представленной в бухгалтерской (финансовой) отчетности. Одновременно система внутреннего контроля организации должна быть экономически оправданной и обеспечивать возможность принятия обоснованных управленческих решений, направленных на предупреждение и минимизацию негативных последствий хозяйственной деятельности в условиях риска и неопределенности.

Список литературы

1. Новикова Ю. А. Практическая оценка рисков при планировании аудита // Управление риском. – 2010. – № 1. – С. 43-47.
2. Ларина Л. П. Система внутреннего контроля // Бухгалтерский учет. – 2013. – № 5. – С. 24-29.
3. Пожидаева Т. А. Сравнительная характеристика внешнего (финансового) и внутрихозяйственного контроля за деятельностью организации // Международный бухгалтерский учет. – 2012. – № 15 (213). – С. 40-49.
4. Гуськова Т. Н., Соколова И. А. Учет факторов риска на предприятиях, предоставляющих услуги населению // Вестник ВУиТ. Серия «Экономика». Выпуск 24. – Тольятти, 2011.

I. A. Sokolova*

**Sokolova Irina, PhD in Economics, Associate Professor
of Volga Region State University of Service, Togliatti
sokolovairina.tlt@mail.ru*

**INTERNAL CONTROL SYSTEM OF THE ORGANIZATION IN CONDITIONS
OF RISK AND UNCERTAINTY**

Keywords: internal control, control functions, risk, uncertainty.

*The article describes the essence of internal control system of the organization in conditions
of risk and uncertainty.*

© Соколова И. А., 2014

УДК 811

*Л. А. Бутахина**

**Бутахина Людмила Александровна, ст. преподаватель
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_rii@tolgas.ru*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ (на примере английского языка)

Ключевые слова: информационно-образовательные технологии, электронно-образовательные ресурсы, платформа Moodle, использование интернет-ресурсов, обучение иностранному языку, проект урока.

Рассматриваются возможности использования электронно-образовательных ресурсов, в частности интернет-ресурсов, при обучении иностранному языку, основные виды учебной работы с образовательным ресурсом Moodle, способы включения Интернета в программу обучения. В качестве примера приводится проект урока обучения иностранному языку с помощью ИОР.

Очень быстрое развитие компьютерных технологий за последние годы, их интенсивное использование в учебном процессе привели к значительным изменениям и в системе образования. Эти изменения затронули не только структуру системы образования, методологию и технологию процесса обучения, но и ее стратегическую ориентацию. Сейчас трудно представить себе образовательный процесс без использования информационно-образовательных технологий, без компьютеров. Все больше и больше преподавателей, методистов признают огромные возможности компьютера и перспективность его использования как средства обучения. Но, соответственно, новые технологии предъявляют новые требования к уровню профессиональной компетенции преподавателя, которая на современном этапе развития лингводидактики подразумевает умение пользоваться программами, обеспечивающими работу в Сети, и возможность использования компьютера на уроке, знание ресурсов Интернета, необходимых в практике обучения, наличие представления о принципах создания сайтов и т. д. В последнее десятилетие активно исследуются

возможности и перспективы использования электронной сети в практике обучения иностранному языку.

«Интенсивное развитие web-технологий придает мощный импульс формированию глобальной информационной среды, содержание которой может быть эффективно использовано в процессе обучения иностранному языку. Интернет создает естественную языковую среду, уникальную возможность для изучающих иностранный язык пользоваться аутентичными текстами, слушать и общаться с носителями языка» [1, с. 18].

Современный преподаватель иностранных языков в вузе, помимо знаний по предмету, должен обладать знаниями в области применения информационных технологий. Приобщение педагогов к такому еще необычному образовательному пространству, как всемирная сеть Интернет, выведет культуру преподавания на качественно новый уровень.

Актуальность работы обусловлена недостаточной разработанностью проблемы внедрения информационных технологий в образовательный процесс при обучении иностранному языку.

Целью данной статьи является теоретическое обоснование, разработка и экспериментальная проверка методики применения компьютерных технологий в процессе обучения иностранным языкам, направленной на развитие основ информационной, лингвистической и коммуникативной компетенции обучающихся; проанализировать возможности образовательной среды Moodle для организации учебного процесса при обучении иностранным языкам (в частности, английскому).

Возможности применения информационных технологий в обучении иностранным языкам отражены в работах многих исследователей, например М. Ю. Бухаркиной, М. Г. Евдокимовой, Е. С. Полат, Р. К. Потаповой, Е. Ю. Чайки, Т. В. Чепрасовой и др. Однако, несмотря на накопленный практический опыт в области применения информационных технологий в процессе обучения иностранным языкам, такие исследования не объединены общим методологическим подходом. До настоящего времени отсутствует единая скоординированная для этих целей стратегия, вопросы использования информационных технологий слабо связаны с учебными планами и программами, недостаточно изучены и проработаны психолого-педагогические аспекты их внедрения в образовательный процесс.

Специфика предмета «иностраный язык» заключается в его деятельностной основе, что предусматривает необходимость предоставления каждому обучаемому достаточной практики в соответствующем виде речевой деятельности, в упражнении по формированию соответствующих навыков. При изучении иностранного языка необходимо прежде всего опираться на родной язык, что обеспечивает сознательное, а следовательно, и более прочное усвоение. Часто выбирая зарубежные курсы, которые строятся на других методических принципах, которые не учитывают опоры на родной язык и необходимость сознательного усвоения языкового материала, обучающийся не достигает ожидаемых результатов. Поэтому концепция инновационной образовательной среды для обучения иностранным языкам

студентов должна строиться в рамках личностно-ориентированной парадигмы на основе интеграции коммуникативного, компетентностного и контекстного подходов. Будучи компонентом системы обучения языку, подход выступает в качестве самой общей лингводидактической основы обучения и дает представление об избранной стратегии обучения, которая служит основанием для выбора методов и приемов обучения языку.

Информатизация образования требует теоретического обоснования и выбора используемых информационных технологий. Естественно, что стремление активно применять современные информационные технологии в сфере образования должно быть направлено на повышение уровня и качества проведения урока иностранного языка.

Так, например, Интернет дает уникальную возможность пользоваться аутентичными текстами, слушать и общаться с носителями языка, Интернет предлагает своим пользователям многообразие информации и ресурсов. Базовый набор услуг включает в себя:

- электронную почту (e-mail). С помощью данной услуги студенты могут вести переписку с носителями языка, а также развивать грамматические навыки и навыки правописания;

- теле/видеоконференции (Usenet, Skype). С помощью данного программного обеспечения студенты могут общаться с носителями языка в режиме on-line. Данная услуга помогает развивать произношение и восприятие иностранного текста;

- Web-server. Создавая собственный сайт, студенты могут размещать там любую информацию, которая им интересна, а также привлекать иноязычных собеседников для общения на этом сайте (при условии, что на сайте есть чат либо форум);

- разговор в сети (Chat, Skype, ICQ). Здесь также совершенствуются навыки орфографии и грамматики. Но в отличие от электронной почты ответ собеседника приходит незамедлительно. Такая форма работы является новой и интересной для студентов, позволяет активизировать одновременно навыки работы с различными приложениями, а также осуществлять бы-

стрый и открытый контроль за работой учащихся;

- блоги (интернет-дневники) – мощный инструмент для организации дискуссий, получения консультаций, организации дистанционного обучения;

- информационные ресурсы:

- 1) справочные каталоги (Yahoo!, InfoSeek/UltraSmart, LookSmart, Galaxy);

- 2) поисковые системы (Alta Vista, HotBob, Open Text, WebCrawler, Excite);

Эти ресурсы могут быть активно использованы на уроке английского языка.

Несомненно, Интернет может использоваться в качестве эффективного приложения для развития грамматических, лексических навыков и умений, проверки знаний. Сюда входят всевозможные тренировочные лексические, грамматические, фонетические упражнения, тесты на чтение, грамматику, IQ-тесты и т. д. Преподаватели или сами студенты могут находить такие сайты на WWW. World Wide Web с огромным количеством сайтов и домашних страничек, предоставляющих информацию на все вкусы, является бескрайним полем деятельности в плане использования на уроке иностранного языка для развития межкультурной компетенции.

Итак, как видно из вышеперечисленного, существует большое количество интернет и других электронных ресурсов для использования их при изучении иностранных языков, но хотелось бы остановиться еще на одном, возможности которого были нами изучены и апробированы. Это модульная объектно-ориентированная динамическая учебная среда Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment). Одним из важных свойств Moodle является ее универсальность. Платформа Moodle совместима с большинством операционных систем (Unix, Linux, FreeBSD, Windows, Mac OS X, NetWare и

др.). Когда мы более подробно изучили эту программу, мы поняли, что платформа Moodle может также широко применяться при обучении иностранным языкам. Так, рассмотрев основные группы программ, применяемых для обучения иностранному языку с помощью компьютера (computer assisted language learning, CALL), можем сделать вывод, что Moodle включает все необходимые модули для обеспечения CALL в соответствии с этой классификацией:

- 1) тренировочные программы для индивидуальной работы дома или в компьютерных классах, ориентированные на овладение грамматическими формами, лексическими единицами и отдельными речевыми образцами, а также программы по обучению чтению и письму, предполагающие использование текстового редактора – модули «Задание», «Рабочая тетрадь», «Лекция/Урок», «Тест»;

- 2) текстовые программы для индивидуальной, парной и групповой работы, позволяющие модифицировать текст: расставлять знаки препинания, перегруппировывать предложения, редактировать текст и т. д., – модули «Задание», «Рабочая тетрадь», «Лекция/Урок»;

- 3) игровые программы, построенные на проблемных ситуациях и способствующие мотивации учащихся, – модули «Лекция/Урок»; «Опрос», «Вики», «Форум», «Чат»;

- 4) тестовые программы, позволяющие осуществлять различные виды тестирования, – модули «Тест», «Лекция/Урок»;

- 5) базы данных и программы, разработанные на их основе, – модули «Глоссарий», «Тест» [2, с. 112].

Рассмотрим краткие характеристики отдельных элементов Moodle применительно к обучению иностранным языкам:

№	Модуль Moodle	Применение в обучении иностранному языку
1	Задание: - ответ на сайте - ответ в виде текста - ответ в виде файла	Выполнение перевода, реферирования текста, упражнений на восстановление, трансформацию, заполнение пропусков и т. п., написания эссе и сочинений. Имеется возможность прикрепления аудио- или видеофайла для аудирования
2	Рабочая тетрадь	Предполагает те же формы работы, что и «Задание», но обеспечивает возможность многократного обращения студента к тексту своего ответа и его редактирования в соответствии с комментариями преподавателя

Продолжение табл.

3	Опрос	Представляет собой вопрос с вариантами ответов, позволяет получить статистику ответов в процентном соотношении и в виде диаграммы. Данный элемент может использоваться в качестве материала для экспозиции в начале урока или перед выполнением задания
4	Глоссарий	Позволяет преподавателю и студентам создавать глоссарии лексических единиц, терминов, цитат и т. п. Автоматически связывает слова и выражения во всех материалах электронного курса с их определениями в глоссарии. Поиск по записям осуществляется по алфавиту и по автору записи
5	Урок	Предназначен для пошагового изучения темы: каждый правильный ответ открывает новую страницу, содержащую информацию или новый вопрос. Неправильный ответ возвращает учащегося либо на ту же страницу, либо на другую страницу с более подробным описанием темы. Может использоваться для представления лингвострановедческого материала, а также для обучения грамматике, чтению, аудированию и др.
6	Вики	Может использоваться для создания совместных проектов, в том числе и группами, состоящими из учащихся разных групп, классов или курсов. Обеспечивает редактирование проекта всеми его участниками. Преподаватель имеет возможность редактирования и просмотра истории проекта (всех вносимых разными авторами изменений)
7	Форум/Чат	Предназначены для обмена информацией между всеми участниками процесса обучения, могут использоваться для проведения тематических дискуссий, обращения к преподавателю с вопросами, обсуждения прочитанного и т. п. Элемент «Чат» – это механизм синхронного общения, позволяющий обмениваться сообщениями в реальном времени. «Форум» обеспечивает асинхронное общение, т. е. у участников есть возможность обдумать и перепроверить свое сообщение. В отличие от чатов сообщения, отправленные в форум, могут храниться неограниченно долго
8	Тест	Позволяет создавать вопросную базу, используемую как для отдельных тестов по темам, так и для итогового контроля. Содержит множество типов вопросов, в том числе множественный выбор, верно/неверно, соответствие (соотнесение подвопросов с правильными ответами), короткий ответ (вписываемый самим студентом), числовой (указание числа), вычисляемый (по какой-либо формуле), «вложенный ответ» (такие вопросы состоят из текста, непосредственно в который вставляются ответы)
9	Ресурс: - текстовая страница - веб-страница - каталог - гиперссылка	Позволяет размещать любую информацию: текстовую, графическую, аудио- и видеофайлы, списки источников и каталоги полезных ссылок. В отличие от всех предыдущих элементов не предполагает интерактивности и оценивания

Поскольку Moodle представляет собой целую систему управления обучением (Learning Management System), то на ее базе возможно создание учебных курсов/электронных учебников по дисциплине; разработка разного вида тестовых заданий для промежуточного или итогового контроля студентов; оценивание достижений студента, сохранение результатов, созда-

ние электронного портфолио и определение позиции студента в общем рейтинге.

В результате ознакомления с электронно-образовательными ресурсами и в особенности с платформой Moodle нами был разработан проект урока английского языка с максимальным использованием технических и электронных средств обучения по теме «Устройство на работу» для студентов 2 курса очной формы обучения

экономического направления, результатом которого была смоделирована ситуация – ролевая игра.

Цель урока – формирование у студентов умений и навыков владения иностранным языком на базовом профессиональном уровне (развитие умений и навыков чтения, говорения, аудирования и письма). «Цель формируется в соответствии с назначением основной цели курса – подготовка специалистов, являющихся эффективными профессиональными коммуникантами в ситуациях официально-делового и профессионально-делового устного и письменного общения, а также формирование профессиональных навыков составления и перевода официальных и профессионально-деловых документов, спонтанное общение в диалогических и полилогических профессионально-деловых ситуаци-

ях, освоение социально-коммуникативных ролей в профессионально-деловом общении» [3, с. 54].

В связи с этим ставится ряд задач:

- 1) эффективно осуществлять письменное общение (составление резюме и сопроводительного письма);
- 2) уметь читать и понимать профессионально-деловой текст, рекламный текст;
- 3) составлять и переводить профессионально-деловые документы (анкета);
- 4) уметь воспринимать английскую речь на слух (видеоролики, учебный фильм);
- 5) уметь говорить на английском языке, опираясь на лексический, грамматический строй языка по тематике урока (диалог, ролевая игра);
- 6) эффективно работать в команде (ролевая игра).

Содержание урока	ИОР, оборудование	Время
Предъявление лексического и грамматического материала (Present Simple/Present Continuous) по теме	Интерактивная доска Модули Moodle «Глоссарий», «Урок»	20 минут
Процесс поиска работы Job seeking process (навыки чтения)	Презентация в Power Point	10 минут
Устройство на работу Applying for a job (навыки аудирования)	Видеоролик, учебный фильм (из Интернета)	15 минут
Составление резюме, сопроводительного письма Resume, Cover letter (навыки письма)	Интерактивная доска (образцы писем, резюме)	10 минут
Собеседование Interview (навыки аудирования)	Видеоролик (из Интернета)	10 минут
Ролевая игра (навыки говорения)	Интерактивная доска, камера для записи игры с целью дальнейшего просмотра и анализа	25 минут

По завершении данной темы осуществляется контроль приобретенных знаний в виде тестового задания, размещенных в Moodle.

Из вышеизложенного можно сделать вывод о том, что работа с помощью электронно-образовательных ресурсов стимулирует познавательную активность студентов, развивает творческое мышление, усиливает индивидуализацию обучения, способствует интеграции студентов в современные социальные процессы мирового сообщества. Например, роль Интернета в процессе обучения тем более позитивна при отсутствии постоянной языковой среды. Использование компьютерных техно-

логий уже изменило суть процесса обучения иностранному языку. Интернет, например, создает естественную языковую среду. «Знакомство с культурой страны изучаемого языка посредством изучения самого языка делает процесс усвоения языка студентами более эффективным и легким, помогая формировать лингвострановедческую компетенцию» [2, с. 146].

Считаем, что использование информационно-образовательных ресурсов в процессе обучения иностранному языку делает процесс освоения материала и в целом самообучение более увлекательным, более современным, а значит, и более плодотворным.

Список литературы

1. Атабекова А. А. WEB-сайт в обучении РКИ: материалы спецкурса. – М. : РУДН, 2003.
 2. Добрынина Т. Н. Педагогические условия применения интерактивных форм обучения в педагогическом вузе : дис. ... к.п.н. : 13.00.01. – Новосибирск, 2003. – 196 с.
 3. Кашина Е. Г. Традиции и инновации в методике преподавания иностранного языка : учеб. пособие для студентов филолог. факультетов университетов / отв. ред. А. С. Гринштейн. – Самара : Изд-во «Универс-групп», 2006. – 75 с.
-

L. A. Butakhina*

**Butakhina Ludmila, Senior Lecturer
of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_rii@tolgas.ru*

**USE OF INFORMATION AND EDUCATIONAL
TECHNOLOGIES FOR TEACHING STUDENTS OF ECONOMIC
FACULTIES (by example of English language)**

Keywords: information and educational technology, electronic educational resources, Moodle platform, use of Internet resources, teaching a foreign language, project of the lesson.

The article studies possibilities of using electronic educational resources, including Internet resources, while teaching a foreign language, basic ways of using Moodle educational resources and integrating the Internet into the educational program. The author provides a project lesson of foreign language as an example of using information and educational resources.

© Бутахина Л. А., 2014

Технологии управления

УДК 338.242.2

Т. И. Марченко*

**Марченко Татьяна Ивановна, кандидат экономических наук, доцент*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

mtata68@mail.ru

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТОВ ОТ УПРАВЛЕНИЯ ПАРТНЕРСКИМИ РЕСУРСАМИ В СУБСТАНЦИИ «КЛИЕНТСКИЕ ПОТОКИ»

Ключевые слова: ресурс вновь привлеченных клиентов, ресурс удержания клиентов, структура клиентского потока, управление клиентским потоком, краткосрочные и долгосрочные эффекты.

Предложена методика оценки кумулятивных эффектов от управления клиентским потоком, позволяющая определять и обосновывать дальнейшие направления развития административной активности.

Длительный период времени большинство дискуссий и споров, протекающих в научной среде, концентрировало свое внимание на концептуальных вопросах управления экономическими образованиями в целях обеспечения текущих потребностей рынка. Без должного внимания продолжали оставаться методология измерения «новой» экономики и разработка релевантных индикаторов, информационная поддержка перспективных решений. Однако в данный момент созрели условия для изменения сложившегося положения. Проблема несовершенства существующих измерителей относится в полной мере и к управлению различными видами ресурсов, в том числе и партнерскими ресурсами. Рассмотрение в качестве основы осуществления взаимодействий с потребителями цепочки создания и предоставления ценности еще более усложняет оценку эффектов от управления партнерскими ресурсами в субстанции «клиентские потоки», особенно долгосрочных. В связи с этим задачей данной публикации является разработка методики оценки долгосрочных эффектов от управления обозначенными ресурсами, позволяющей определять и обосновывать дальнейшие направления развития административной активности.

Предлагаемая методика действительна при соблюдении следующих условий:

- рынок ограничен общим числом потребителей K ;

- в каждый период времени t все потребители группируются следующим образом:

1) потенциальная клиентская составляющая – потребители, ранее никогда не приобретавшие предлагаемые продукты;

2) пассивная клиентская составляющая – потребители прошлых периодов, т. е. потребители, не приобретавшие продукты в предшествующем периоде ($t - 1$);

3) активная клиентская составляющая – потребители, приобретающие продукты в период t . Данная группа потребителей может быть про дифференцирована следующим образом: а) новые потребители, впервые попробовавшие продукты в период t ; б) повторные потребители, приобретшие продукты дважды в период t ; в) постоянные потребители, приобретающие продукты более двух раз.

Будем считать, что вероятность каждого следующего потребления продуктов зависит от их предыдущего приобретения потребителем. Тогда: V_1 – вероятность совершения новым потребителем повторной покупки, сопровождающейся его переходом из группы а) в группу б); V_2 – ве-

роятность совершения потребителем более двух покупок в следующем периоде, сопровождающихся его переходом из группы б) в группу в); V_3 – вероятность удержания постоянного потребителя в группе в) в следующем периоде. Следовательно, V_1 , V_2 и V_3 выполняют функцию норм удержания потребителей в различных группах.

Вероятности перехода потребителей из групп а), б) и в) в группу пассивных потребителей будут выражаться следующим образом: $(1 - V_1)$, $(1 - V_2)$ и $(1 - V_3)$ соответственно. Число клиентов в группах а), б) и в) в период времени $t = 1, 2, 3, \dots$ составит k_1 , k_2 и k_3 соответственно. Если в каждый период число новых потребителей (K_n) и вероятности удержания постоянны, то в стационарном состоянии (т. е. при равных k_i в различные периоды ($i = 1, 2, 3, \dots$)) число клиентов в группах а) и б) составит $k_1 = K_n$ и $k_2 = V_1 \times K_n$. Заметим, что число постоянных потребителей (k_3) складывается из перешедших из группы б) и оставшихся в группе в) с прошлого периода:

$$\begin{aligned} k_3 &= V_2 \times k_2 + V_3 / k_3 \text{ или} \\ k_3 &= V_2 \times k_2 / (1 - V_3) = \\ &= K_n \times V_1 \times V_2 / (1 - V_3). \end{aligned}$$

При постоянном количестве новых потребителей и норм удержания клиентов структура клиентского потока в долгосрочной перспективе не зависит от начальной численности клиентов в каждой группе.

Исследуем краткосрочные эффекты от управления клиентским потоком на следующем примере. Предположим, что до периода $t = 1$ клиентский поток характеризовался своей стабильностью и имел следующую структуру:

$$\begin{aligned} k_1' &= K_n, k_2' = V_1 \times K_n, k_3' = \\ &= K_n \times V_1 \times V_2 / (1 - V_3). \end{aligned}$$

Начиная с периода $t = 1$ число новых потребителей меняется с (K_n) до (K_{n1}) . Тогда динамика структуры клиентов примет вид:

$$\begin{aligned} t = 0: k_1 &= K_n, k_2 = V_1 \times K_n = k_2', k_3 = \\ &= K_n \times V_1 \times V_2 / (1 - V_3) = k_3'; \\ t = 1: k_1 &= K_{n1}, k_2 = V_1 \times K_n = \\ &= k_2', k_3 = K_n \times V_1 \times V_2 / (1 - V_3) = k_3'; \\ t = 2: k_1 &= K_{n1}, k_2 = V_1 \times K_{n1}, k_3 = \\ &= K_n \times V_1 \times V_2 / (1 - V_3) = k_3'; \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} t = 3: k_1 &= K_{n1}, k_2 = V_1 \times K_{n1}, k_3 = \\ &= K_{n1} \times V_1 \times V_2 + V_3 \times k_3'; \\ t = 4: k_1 &= K_{n1}, k_2 = V_1 \times K_{n1}, k_3 = \\ &= K_{n1} \times V_1 \times V_2 + K_{n1} \times V_1 \times V_2 \times V_3 + \\ &+ (V_3 \times V_3) \times k_3'; \dots; \\ t = T: k_1 &= K_{n1}, k_2 = V_1 \times K_{n1}, k_3 = \\ &= \sum_{i=0}^{T-3} K_{n1} \cdot V_3^i \cdot V_2 \cdot V_1 + V_3^{T-2} \cdot k_3'. \end{aligned}$$

С ростом T член $(V^{T-2} \cdot 3) \cdot k_3'$ стремится к нулю и число постоянных потребителей сходится к новому стабильному уровню $k_3 = K_n \times V_1 \times V_2 / (1 - V_3)$. В результате при перманентном изменении числа новых клиентов число (k_2) стабилизируется после второго периода, в то время как число постоянных потребителей стабилизируется с течением времени, т. е. в долгосрочной перспективе.

Теперь рассмотрим ситуацию, когда начиная с периода $t = 1$ нормы удержания потребителей изменяются с V_1' , V_2' и V_3' до V_1 , V_2 и V_3 . Пусть k_1' , k_2' и k_3' – показатели потока клиентов до изменений. Тогда динамика клиентского потока имеет следующий вид:

$$\begin{aligned} t = 0: k_1 &= K_n = k_1', k_2 = V_1' \times K_n = \\ &= k_2', k_3 = K_n \times V_1' \times V_2' / (1 - V_3') = k_3'; \\ t = 1: k_1 &= K_n, k_2 = V_1 \times K_n = k_2', k_3 = \\ &= K_n \times V_2 \times V_1 + (V_3 \times V_3) \times k_3'; \\ t = 2: k_1 &= K_n, k_2 = V_1 \times K_n, k_3 = \\ &= K_n \times V_1 \times V_2 / (1 - V_3) = k_3'; \\ t = 3: k_1 &= K_{n1}, k_2 = V_1 \times K_{n1}, k_3 = \\ &= K_{n1} \times V_1 \times V_2 + K_n \times V_3 \times V_2 \times V_1 + \\ &+ (V_3 \times V_3) \times k_3'; \dots; \\ t = T: k_1 &= K_{n1}, k_2 = V_1 \times K_{n1}, k_3 = \\ &= K_{n1} \times V_1 \times V_2 \times (1 + V_3 + \dots + V_3^{T-2}) + \\ &+ V_3^{T-1} \times k_3'. \end{aligned}$$

При этом в долгосрочной перспективе (т. е. при росте T) $V_3^{T-1} \times k_3'$ сходится к нулю, а V_3 к новому стационарному уровню $(K_n \times V_1 \times V_2 / (1 - V_3))$.

Далее проведем апробацию предложенной методики и сравним возможные краткосрочные и долгосрочные эффекты от реализации альтернативных решений в отношении управления клиентским потоком, в том числе различных вариаций распределения бюджета на формирование ресурсов вновь привлеченных и удерживаемых клиентов.

В целях упрощения исследования вводятся ряд ограничений:

- пассивная и потенциальная клиентские составляющие не имеют принципиального различия для того или иного экономического образования;

- все активные потребители обладают одинаковой доходностью в каждый конкретный период t ;

- величина партнерского ресурса в субстанции «клиентские потоки», выражаемая количеством потребителей K , достаточно большая и постоянна во времени.

Обозначим естественные нормы удержания потребителей (при отсутствии затрат на клиентское удержание) через $V = (V_1, V_2, V_3) = (0,2; 0,4; 0,8)$, а естественное число новых потребителей $K_n = 100$. Тогда стационарный поток клиентов имеет следующую структуру: $(k_1, k_2, k_3) = (100, 20, 40)$.

Предполагается, что начиная с периода $t = 0$ экономическое образование располагает бюджетом на формирование клиентских партнерских ресурсов в размере $B = 1000$ и распределяет его на два направления – на привлечение новых и удержание существующих потребителей. По прогнозным оценкам, затраты в размере 1 у. е. на клиента приведут к увеличению норм удержания в следующем периоде на 15%, т. е. до уровня $V(1) = (V_1(1), V_2(1), V_3(1)) = (0,23; 0,46; 0,92)$. Одновременно альтернативная оценка позволяет увеличить нормы удержания клиентов на 20% при затратах в 2 у. е. на одного клиента, что составит $V(2) = (V_1(2), V_2(2), V_3(2)) = (0,24; 0,48; 0,96)$. Очевидно проявление закона убывающей полезности затрат на удержание клиентов в каждой группе.

Также существует другой вариант расходования бюджета на управление клиентским потоком, а именно: часть денежных средств в размере (A) в период (t) может быть израсходована на реализацию рекламных коммуникаций, что приведет к росту потока новых клиентов в период $(t + 1)$ на величину

$$K^A = dA^\alpha = 0,5A^{0,8}.$$

Оценим эффективность следующих альтернативных решений по управлению клиентским ресурсом:

- экономическое образование направляет весь бюджет на создание ресурса вновь привлеченных клиентов;

- экономическое образование размещает инвестиции в размере 1 у. е. на удержание каждого клиента и оставшиеся средства направляет на создание ресурса вновь привлеченных клиентов;

- экономическое образование размещает инвестиции в размере 2 у. е. на удержание каждого клиента и оставшиеся средства направляет на формирование ресурса вновь привлеченных клиентов.

При принятых предположениях бюджетное ограничение имеет следующий вид:

$$A + z_1 \times k_1 + z_2 \times k_2 + z_3 \times k_3 = B,$$

где $z = 1, 2, 3$ – выбранный экономическим агентом уровень затрат на сохранение собственных клиентов и их длительное обслуживание.

Рассмотрим первую альтернативу, при которой весь бюджет в каждый период расходуется на создание ресурса вновь привлеченных клиентов. Как следует из предыдущих рассуждений, в долгосрочной перспективе структура потока будет иметь следующий вид:

$$\left\{ \begin{aligned} k_1 &= K_n + dB^\alpha = 226, \\ k_2 &= (K_n + dB^\alpha) = 45, \\ k_3 &= (K_n + 0,5B^\alpha)V_1V_2/(1 - V_3) = 90 \end{aligned} \right\}$$

$$k_2 = (K_n + dB^\alpha) = 45,$$

$$k_3 = (K_n + 0,5B^\alpha)V_1V_2/(1 - V_3) = 90\}$$

Общее число клиентов составит $Ч = 361$ чел.

Краткосрочная динамика общей численности потребителей и изменения прибыли описываются следующим образом. В первом периоде численность новых потребителей (k_1) увеличивается на $0,5 \cdot 1000^{0,8} = 126$, что принесет экономическому образованию дополнительную прибыль в размере $\Delta\Pi_1 = 126m - 1000$; (k_2) изменяется начиная со второго периода, а (k_3) – с третьего. Структура клиентского потока, общая численность клиентов ($Ч$) и увеличение прибыли ($\Delta\Pi$) в каждый период составляют:

$$t = 0: (k_1, k_2, k_3) = (100, 20, 40);$$

$$Ч_0 = 160, A_0 = 1000, R_0 = 0;$$

$$t = 1: (k_1, k_2, k_3) = (226, 20, 40);$$

$$Ч_1 = 285, A_1 = 1000, R_1 = 0, \Delta\Pi = 126m - 1000;$$

$$\begin{aligned}
 t = 2: (k_1, k_2, k_3) &= (226, 45, 40); \\
 Ч_2 = 310, A_2 = 1000, R_2 = 0, \Delta\Pi &= \\
 &= 151m - 1000; \\
 t = 3: (k_1, k_2, k_3) &= (226, 45, 50); \\
 Ч_3 = 320, A_3 = 1000, R_3 = 0, \Delta\Pi &= \\
 &= 161m - 1000; \dots
 \end{aligned}$$

Длительный срок: $(k_1, k_2, k_3) = (226, 45, 90)$;

$$Ч_д = 361, A_д = 1000, R_д = 0, \Delta\Pi_д = 201m - 1000.$$

Далее произведем расчеты согласно второй альтернативе. Стационарное состояние описывается как:

$$\begin{cases}
 k_1 = K_n + kA^\alpha, \\
 k_2 = V_1(K_n + kA^\alpha), \\
 k_3 = (K_n + kA^\alpha)V_1V_2/(1 - V_3)
 \end{cases}$$

где A определяется (бюджетным) уравнением $A + z_1 \times k_1 + z_2 \times k_2 + z_3 \times k_3 = B$. Для выбранных параметров получаем следующее: $(k_1 = 178, k_2 = 41, k_3 = 235)$.

Динамика выглядит следующим образом. В период $t = 0$ экономическое образование выделяет по 1 у. е. на каждого клиента и, следовательно, затраты на рекламные коммуникации составляют $A = B - Ч_0 = B - (k_1 + k_2 + k_3)$. В следующие периоды число клиентов (и общие расходы на удержание клиентов) растет, а затраты на привлечение снижаются. Структура клиентского потока, общее число клиентов ($Ч_t$), распределение расходов между привлечением и удержанием и увеличение прибыли ($\Delta\Pi_t = (Ч_t - 160)m - 1000$) в каждый период составляют:

$$\begin{aligned}
 t = 0: (k_1, k_2, k_3) &= (100, 20, 40); \\
 Ч_0 = 160, A_0 = 840, R_0 = 160; \\
 t = 1: (k_1, k_2, k_3) &= (209, 23, 46); \\
 Ч_1 = 278, A_1 = 721, R_1 = 279, \Delta\Pi &= \\
 &= 118m - 1000; \\
 t = 2: (k_1, k_2, k_3) &= (197, 48, 53); \\
 Ч_2 = 298, A_2 = 702, R_2 = 298, \Delta\Pi &= \\
 &= 138m - 1000; \\
 t = 3: (k_1, k_2, k_3) &= (195, 45, 71); \\
 Ч_3 = 416, A_3 = 689, R_3 = 311, \Delta\Pi &= \\
 &= 150m - 1000; \dots
 \end{aligned}$$

Длительный срок: $(k_1, k_2, k_3) = (178, 41, 235)$;

$$Ч_д = 453, A_д = 547, R_д = 453, \Delta\Pi_д = 293m - 1000.$$

Третий вариант управленческого решения характеризуется следующим ста-

ционарным состоянием ($k_1 = 114, k_2 = 27, k_3 = 328$). Динамика потока и прибыли выглядит так:

$$\begin{aligned}
 t = 0: (k_1, k_2, k_3) &= (100, 20, 40); \\
 Ч_0 = 160, A_0 = 680, R_0 = 320; \\
 t = 1: (k_1, k_2, k_3) &= (192, 24, 48); \\
 Ч_1 = 264, A_1 = 471, R_1 = 528, \Delta\Pi &= \\
 &= 104m - 1000; \\
 t = 2: (k_1, k_2, k_3) &= (169, 46, 58); \\
 Ч_2 = 272, A_2 = 455, R_2 = 545, \Delta\Pi &= \\
 &= 112m - 1000; \\
 t = 3: (k_1, k_2, k_3) &= (167, 41, 77); \\
 Ч_3 = 285, A_3 = 430, R_3 = 570, \Delta\Pi &= \\
 &= 137m - 1000; \dots
 \end{aligned}$$

Длительный срок: $(k_1, k_2, k_3) = (114, 27, 328)$;

$$Ч_д = 469, A_д = 62, R_д = 938, \Delta\Pi_д = 309m - 1000.$$

Очевидно, что первый вариант решения в отношении управления клиентским потоком является более доходным в краткосрочном периоде и генерирует прибыли $(126m - 1000, 151m - 1000, 161m - 1000)$ против потоков прибылей $(118m - 1000, 112m - 1000, 137m - 1000)$, порождаемых второй и третьей альтернативами. Однако в долгосрочной перспективе третий вариант формирования и потребления клиентского ресурса потенцирует доход в размере $309m - 1000$ и является доминантным над первым и вторым вариантами, приносящими доход $293m - 1000$ и $201m - 1000$ в каждый период.

Кумулятивный эффект лояльности клиентов при реализации каждого из рассмотренных альтернативных вариантов управления партнерским ресурсом может быть определен как приведенная чистая стоимость дополнительной прибыли (потока выгод от клиентов):

$$ЧСП = \Delta\Pi_1 + r_1 \times \Delta\Pi_2 + r_2 \times \Delta\Pi_3 + \dots$$

где r – дисконтирующий коэффициент.

Следует подчеркнуть, что если дисконтирующий коэффициент r не слишком мал, то чистая приведенная ценность потока прибыли при третьей альтернативе превосходит первый и второй варианты. Одновременно эти же альтернативы при доходности каждого клиента $m < 8$ являются убыточными в краткосрочном периоде, в то время как первый вариант имеет положительный результат в каждом периоде.

При втором и третьем сценарии увеличение норм удержания приводит к накоплению повторных и постоянных клиентов и, следовательно, к увеличению расходов на удержание клиентов в следующих периодах. При фиксированном бюджете это предполагает снижение во времени расходов на создание ресурса вновь привлеченных клиентов. Взаимодействие двух эффектов – увеличения расходов на удержание и снижение расходов на привлечение – приводит к следующей групповой динамике. Абсолютное значение новых клиентов (k_1) монотонно сокращается после первого периода, число клиентов в группе б) – (k_2) монотонно сокращается после второго периода, а величина постоянных клиентов монотонно увеличивается начиная с первого периода.

Вернемся к введенным выше ограничениям в целях упрощения исследования. В случае замены условия неизменности во времени достаточно большого общего количества потребителей K на более реалистичное предположение – общее количество потенциальных потребителей K уменьшается с течением времени вследствие появления на рынке новых поставщиков

продуктов и снижается эффективность расходов на привлечение – можно говорить только лишь об усилении предыдущих выводов, так как в данном случае затраты на привлечение будут иметь меньший эффект.

Представленная методика оценки эффектов от управления клиентским потоком наглядно демонстрирует явные возможные отличия в кратко- и долгосрочных результатах при различных вариантах управленческих воздействий на состояние данного ресурса и иллюстрирует приоритет долгосрочных эффектов от инвестирования средств в сохранение собственных клиентов и их длительное обслуживание. Она показывает, что анализ структуры и динамики использования клиентского ресурса позволяет обосновывать будущие финансовые потоки экономического образования. Развитие последним программ по удержанию клиентов и повышению качества клиентской базы, выражающегося в росте числа и удельного веса постоянных клиентов в общей клиентской базе, становится важнейшим инструментом приращения долгосрочных эффектов хозяйствования.

Список литературы

1. Фейдер П., Харди Б. Оценка клиентской базы в контрактных условиях: опасность игнорирования неоднородности // Российский журнал менеджмента. – № 9 (3). – СПб. : Изд-во Высшей школы менеджмента СПбГУ, 2011. – С. 111-126.
2. Шет Д., Сисодиа Р. Проблемы и анализ продуктивности маркетинга // Российский журнал менеджмента. – № 5 (2). – СПб. : Изд-во Высшей школы менеджмента СПбГУ, 2007. – С. 91-116.

T. I. Marchenko*

**Marchenko Tatyana, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
mtata68@mail.ru*

ASSESSMENT METHODS OF EFFECTS OF PARTNER RESOURCES MANAGEMENT IN THE SUBSTANCE «CLIENT FLOWS»

Keywords: resource of newly attracted customers, customer retention resource, structure of client flow, client flow management, short-term and long-term effects.

The author suggests methods for assessing cumulative effects of the client flow management, allowing definition and justifying of the further development directions of administrative activity.

© Марченко Т. И., 2014

УДК 514.74

Г. А. Киричек***Киричек Галина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*

kaf_vm@tolgas.ru

МАТЕМАТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ФОРМЫ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ

Ключевые слова: индивидуальная форма, учебная деятельность.

Рассмотрены признаки индивидуальной формы учебной деятельности учащихся на занятиях по математике, сущность индивидуальной формы учебной деятельности учащихся. Указаны особенности организации индивидуальной формы учебной деятельности на различных этапах урока математики (этап изучения нового, этап первичного применения знаний, этап формирования умений и навыков, этап проверки знаний и умений).

Индивидуальной формой учебной деятельности учащихся на занятиях по

математике назовем такой **способ организации** деятельности учащихся группы, если:

– перед всеми учащимися одновременно поставлена некоторая цель как индивидуальная, личная цель каждого;

– содержание задания одинаково для всех либо дифференцированно, либо индивидуализировано;

– в основе формы лежит самостоятельная индивидуальная деятельность каждого учащегося, реализующая отношение «деятельность преподавателя – деятельность учащегося»;

– учащимся оказываются все три вида помощи со стороны преподавателя;

– руководство по выполнению задания осуществляет каждый учащийся самостоятельно;

– подводятся итоги деятельности каждого учащегося.

1 признак означает, что цель учебной деятельности ставится перед каждым учащимся как личная цель, которую он должен достичь сам.

2 признак показывает, что при индивидуальной форме учащиеся могут выполнять все виды заданий: одинаковые, дифференцированные или индивидуализированные, следовательно, можно говорить о

единой и дифференцированной индивидуальной форме.

Дифференциация заданий для каждой типологической группы осуществляется как по содержанию, так и по мере оказываемой преподавателем помощи. При этом необходимо учитывать цели дифференцированной работы с учащимися каждой группы.

3 признак подчеркивает специфическую особенность индивидуальной формы как способа организации индивидуальной деятельности учащихся. Этот способ реализует отношение вида «деятельность преподавателя – деятельность учащегося».

Реализация на занятии данного вида отношений означает, что преподаватель на каком-то его этапе взаимодействует опосредствованно с каждым учащимся. Учащиеся между собой не взаимодействуют. Действия учащихся носят изолированный характер от действий других учащихся и от преподавателя. Мера самостоятельности различна для каждого учащегося, она определяется той мерой помощи, которую ему оказывает преподаватель.

Основная функция преподавателя при реализации отношения вида «деятельность преподавателя – деятельность учащегося» – контроль и организация самостоятельной учебной деятельности учащегося. Дея-

тельность учащихся, соответствующая данному виду отношений, названа в дидактике *индивидуальной деятельностью*.

Итак, *индивидуальная деятельность* – вид учебной деятельности учащихся, в основе которой лежит отношение вида «деятельность преподавателя – деятельность учащегося». Она осуществляется каждым учащимся на занятии. При этом следует различать самостоятельную и несамостоятельную индивидуальную деятельность.

Такое разделение необходимо именно потому, что учебную деятельность отдельного ученика не всегда можно на занятии четко выделить из других видов деятельности, т. е. из совместной с преподавателем или коллективной деятельности учащихся. По мнению психологов и дидактов (Л. М. Фридман, М. Н. Скаткин), индивидуальные действия учащихся входят в состав любой другой деятельности как обязательный элемент, как основа и как условие ее организации.

В дальнейшем будем говорить об индивидуальной деятельности учащегося как *несамостоятельной* в том случае, когда речь идет о ней как о составном элементе других видов деятельности, скрытого в содержании этой деятельности. Когда речь идет о реализации на занятии отношения «деятельность преподавателя – деятельность учащегося», будем говорить об индивидуальной деятельности как *самостоятельной*. Здесь уже индивидуальные действия учащихся, изолированные от преподавателя и от других учащихся, выступают на передний план. (Заметим, что и в этом случае учащийся опосредствованно через задание взаимодействует с преподавателем.)

4 признак показывает, что при организации *индивидуальной* формы необходимо оказывать различные виды помощи учащимся в зависимости от целей индивидуальной работы, уровня их подготовленности и других особенностей. Формулируя это требование, мы исходили из замечания Н. А. Менчинской о том, что «когда ученики ставятся в ситуацию решения проблем, самостоятельных «открытий», то их различия выявляются очень ярко и любые попытки управлять в этих условиях без

учета индивидуальных различий окажутся совершенно безрезультатными, поскольку одна и та же учебная задача воспринимается разными учениками по-разному; для одного она является проблемой, для другого она уже перестала быть ею, а для третьего учебная задача еще не стала проблемой ...».

5 признак показывает, что при *индивидуальной* форме возрастает степень самостоятельности учащихся в обучении. По сравнению с другими формами она – наивысшая. Здесь особое значение приобретает степень сформированности у каждого учащегося приемов учебной деятельности, умений осуществлять индивидуальную самостоятельную деятельность.

В исследованиях О. Б. Епишевой и В. И. Крупича выделены четыре группы приемов учебной деятельности учащихся: общеучебные приемы; общематематические приемы; специальные приемы и частные приемы.

О. Б. Епишева, вводя понятие «уровень учебной деятельности ученика» как уровень усвоения знаний и уровень сформированности приемов, делит всех учащихся на пять типологических групп:

1 группа (с нулевым уровнем учебной деятельности) – не умеют учиться и не усваивают материал никаким другим способом. Такие учащиеся не хотят учиться, так как не воспринимают и не понимают учебных задач.

2 группа (с минимальным уровнем учебной деятельности) – не умеют учиться, но стихийно, по ходу изучения материала и решения однотипных задач запоминают частные приемы. Им соответствует формальное усвоение знаний и умений, зубрежка без понимания, упор на кратковременную память.

3 группа (с обязательным уровнем учебной деятельности) – умеют самостоятельно использовать готовые (частные) приемы в стандартных ситуациях и по образцу. Таким учащимся соответствуют осознанность, старание и рациональность в работе.

4 группа (с уровнем возможностей) – умеют самостоятельно использовать обобщенные приемы в измененных (нестан-

дартных) ситуациях. Такие учащиеся умеют обобщать знания.

5 группа (с уровнем одаренности) – умеют самостоятельно находить новые приемы, обобщать их.

Наиболее важными приемами, как показал наш опыт, являются следующие:

1. Приемы восприятия новых знаний и способов деятельности.

2. Приемы переработки и осмысления новых знаний и способов деятельности.

3. Приемы запоминания и закрепления изученного материала.

4. Приемы применения знаний и способов деятельности.

5. Приемы обобщения и систематизации изученного.

6. Приемы самоконтроля и самооценки своей деятельности.

При составлении индивидуальных заданий мы учитывали их направленность на формирование того или иного приема.

6 признак означает, что при данной форме преподаватель должен подводить итоги деятельности каждого учащегося. При этом необходимо вовремя отмечать успехи учащегося, уровень усвоения им темы, намечать пути устранения пробелов.

При оценке действий учащегося производится сравнение этих действий с: а) прошлыми действиями того же учащегося (*личностный способ оценивания*); б) с аналогичными действиями других учащихся (*сопоставительный способ*) и в) с установленными нормами этих действий (*нормативный способ*). Как отмечает Л. М. Фридман, исходя из главной задачи – формирования личности каждого школьника – учителю необходимо использовать в первую очередь личностный способ оценивания в сочетании с нормативным.

Итак, *сущность* индивидуальной формы учебной деятельности учащихся на занятии по математике заключается в том, что в её основе лежит индивидуальная деятельность каждого учащегося. Действия учащихся при *индивидуальной* форме полностью изолированы от действий других учащихся и от преподавателя. При этом учащиеся могут выполнять различные виды заданий.

Индивидуальная форма, так же как и остальные, выполняет в процессе обучения математике самые разнообразные

функции. Она оказывает особое влияние на развитие такого важного качества личности, как познавательная самостоятельность. Правильно организованная *индивидуальная* форма способствует развитию многих умений и навыков учебного труда: работы с учебником; самостоятельного решения задач; пересказа и воспроизведения необходимых знаний и т. д.

Рассмотрим особенности организации индивидуальной формы на различных этапах урока математики.

1. Этап изучения нового. Так как в основе данного способа лежит индивидуальная деятельность каждого учащегося, то *основная цель деятельности преподавателя* на данном этапе – формирование у них умений самостоятельно изучить новый материал. Эта цель достигается тогда, когда преподаватель не объясняет новую тему, а организует ее самостоятельное изучение по учебнику или по специально составленному заданию, выполнение которого и приводит к достижению цели. *Основные методы:* самостоятельная работа учащихся с учебником или заменяющим его пособием, журналом, тетрадь с печатной основой, карточкой; решение задач; выполнение лабораторно-практических заданий. Вначале всем учащимся в индивидуальной форме предлагаются выполнить задания базового уровня. Учащиеся групп А и В, справившиеся с заданием, переходят к продвинутому уровню, а затем к высокому. При этом каждый учащийся работает в индивидуальном темпе. *Индивидуальная единая форма учебной деятельности* учащихся наиболее эффективна на этапе изучения нового, когда:

1) учебный материал небольшого объема содержит в себе первую группу знаний (факты, понятия, определения), опирается на прежний опыт учащихся;

2) учебный материал содержит примеры, раскрывающие определенный способ решения задач, и содержание самого способа достаточно четко раскрыто в тексте учебника.

Основное условие успешности *индивидуальной единой* формы на этапе изучения нового материала: учащимся предлагается не просто прочитать (изучить) тот или иной пункт учебника, а дается конкретное задание, выполнение которого свя-

зано с целенаправленным чтением материала, изложенного в тексте.

2. Этап первичного применения знаний. Основная цель деятельности преподавателя на данном этапе при организации индивидуальной формы – формирование у учащихся умений выполнять самостоятельные работы воспроизводящего типа по образцу. При этом преподаватель организует индивидуальную единую форму, следующую непосредственно за фронтальной или единой групповой.

3. Этап формирования умений и навыков. Основная цель деятельности преподавателя – формирование у учащихся умений самостоятельной работы в процессе выполнения ими самостоятельных работ любого типа (реконструктивно-вариативных и эвристических, а для учащихся группы А – творческих). Эта цель достигается путем организации индивидуальной деятельности каждого учащегося на уроке и дома по выполнению заданий, составляющих основу самостоятельных работ разных типов. Рассмотрим конкретный пример.

Пример 1. «Комплексные числа»

Базовый уровень

1. Выполните действия

а) $2i \cdot (3+i) - 6i^5$; б) $\frac{-1-i}{1-i}$.

2. Найдите множество точек комплексной плоскости, удовлетворяющих условию

$$\text{ям: } \begin{cases} \operatorname{Re} z > 1; \\ |z| \leq 3. \end{cases}$$

3. Вычислите: а) $(2+2i)^4$; б) $\sqrt{-16}$.

4. Найдите значение a , при котором числа a^2+1+6i и $5-3ai$ являются сопряженными.

Продвинутый уровень

1. Выполните действия

а) $\frac{5-15i}{1+2i} - (1-3i)^2$;

б) $\frac{\sqrt{2} \cdot \left(\cos \frac{3\pi}{4} + i \sin \frac{3\pi}{4} \right)}{i^{23}} \times (2-2i)$.

2. Найдите множество точек комплексной плоскости, удовлетворяющих условию

$$\text{ям: } \begin{cases} |z+3i| \leq 3; \\ \operatorname{Re} z > -\operatorname{Im} z. \end{cases}$$

3. Вычислите: а) $(-1+i\sqrt{3})^{12}$; б) $\sqrt[3]{27i}$.

4. Даны комплексные числа a^2+1+6i и $5-3ai$. Задайте равенством геометрическое место точек комплексной плоскости, лежащих на биссектрисе угла Z_1OZ_2 .

Высокий уровень

1. Выполните действия

а) $\frac{(2i+3)^2}{i-1} - \frac{i^{41}}{i+1}$;

б) $\left(\frac{1-i}{\sqrt{2}} \right)^6 + \left(\frac{1}{\cos \frac{7\pi}{4} + i \sin \frac{3\pi}{4}} \right)^6$.

2. Найдите множество точек комплексной плоскости, удовлетворяющих условию

$$\text{ям: } \begin{cases} |z-1+i| \geq |z+1-i|; \\ \frac{\pi}{2} \leq \operatorname{Arg}(z-2) \leq \frac{3\pi}{4}. \end{cases}$$

3. Вычислите:

а) $\left(\frac{1+i\sqrt{3}}{2} \right)^6$; б) $\sqrt{1+i\sqrt{3}}$.

4. Докажите, что для любых комплексных чисел z_1 и z_2 : $|z_1+z_2|^2 + |z_1-z_2|^2 = 2(|z_1|^2 + |z_2|^2)$.

Какова геометрическая интерпретация этого равенства?

4. Этап проверки знаний и умений.

Основная цель деятельности преподавателя на данном этапе – формирование у учащихся умений осуществлять самоконтроль в учебной деятельности. Эта цель достигается тогда, когда преподаватель систематически организует проверку письменных (самостоятельных и контрольных) работ учащихся, взаимопроверку и самопроверку.

Список литературы

1. Киричек Г. А. Индивидуальный подход к учащимся при уровневой дифференциации изучения темы «Неравенства» в курсе алгебры основной школы : дис. ... канд. пед. наук. – Тольятти, 2002. – 258 с.
 2. Рабочая тетрадь по дисциплине «Математика» (алгебра и начала анализа) для студентов СПО (I семестр) / сост. Г. А. Киричек. – Тольятти : Изд-во ПВГУС, 2012. – 220 с.
 3. Учебно-методическое пособие по дисциплине «Математика» для слушателей подготовительных курсов / сост. Г. А. Киричек. – Тольятти : Изд-во ПВГУС, 2010. – 92 с.
-

G. A. Kirichek*

**Kirichek Galina, PhD in Pedagogical science, Associate Professor
of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_vm@tolgas.ru*

**MATHEMATICAL TOOLS OF INDIVIDUAL FORM
OF LEARNING FOR STUDENTS**

Keywords: individual form, learning.

The article considered characteristics of individual forms of learning of students for math lessons, the essence of the individual form of learning. The author describes peculiarities of organization of individual form of studies at various stages of math lesson (stage of learning new material, primary application of knowledge, stage of skills formation, stage of testing knowledge and skills).

© Киричек Г. А., 2014

CONTENTS

Economic Policy: Strategy and Tactics

Korneeva Elena **8**

FORMATION OF HUMAN CAPITAL THROUGH EDUCATION REFORMING

The article considers the problems of formation and development of human capital in Russia, together with possible solutions. Conclusion is made on the need of further reformation of education sector, which may strongly influence on the formation of human capital.

Public administration

Kudinova Galina **13**

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RUSSIA BASED ON THE PRINCIPLES OF GREEN ECONOMY

To address environmental issues, protect and develop the civilization, the world community has developed the strategy of «sustainable development» and «green economy», allowing the shift to a new, environmentally acceptable model of human development. Such model provides social justice, promotes human well-being, while reducing environmental risks and natural degradation.

Meshcheriakova Elena **18**

ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGY FOR RUSSIA IN LINE WITH WTO PRINCIPLES

Russia's WTO membership has various effects on export-oriented and import-substituting sectors of the national economy. The article considers economic development and basic tendencies of Russian foreign trade policy. Increased economic openness of Russia influences on the strategic results of entering the international organization, although they are different for various industries. The author discloses optimistic and pessimistic forecasts of experts on the results of entry into the trade organization.

Managing social development

Kuftyreva Natalya **24**

LEVEL OF UNEMPLOYMENT IN NIZHNY NOVGOROD REGION AND ITS DETERMINING FACTORS

Unemployment is a macroeconomic problem, having direct and strong effect on every person. The author studies the level of unemployment, which is an important issue for the region and the country as a whole. The purpose of the study is to determine the relationship between the dynamics of this indicator and the activities carried out in the Russian Federation and the Nizhny Novgorod region.

Regional development

Gorina Alla **29**

Gudkova Daria

PROBLEMS AND PROSPECTS OF ALTERNATIVE ENERGY SOURCES: REGIONAL ASPECT

The article considers the essence of «green» economy, and justifies its necessity in the modern world. The authors emphasize the use of alternative energy within the «green» economy in Western countries and in Russia. The work analyzes the potential of renewable energy in Russia and the Republic of Mordovia.

Kraineva Raisa 35

BUSINESS EDUCATION: CURRENT STATUS AND PROSPECTS

The article considers current state of business education services, the role and importance of knowledge and information in a postindustrial society and in conditions of knowledge economy.

Regional service sphere: Economics, Organization and Management

Appanova Yulia 40CONCEPTUAL MODEL OF RESOURCE MANAGEMENT
IN SERVICE COMPANIES FROM THE POINT OF VIEW
OF PROCESS-FUNCTIONAL APPROACH

The economic essence of the activities of service companies is to convert resources into products, stipulated by the needs of the target market, functional features, tactical goals and strategic business objectives in a competitive environment. In modern conditions of formation of new, efficient economic relations, satisfying market needs, resource management is considered as an important component of service company management and a basic condition of its effective functioning.

Bashmachnikova Elena 46**Yashina Anna**

REGIONAL SERVICES DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS

Strengthening of crisis risks as prerequisite for the development of crisis effects is a serious threat for the companies of the service sector. One of the most effective means of overcoming the negative impact of the crisis is the use of anti-crisis technologies. The article considers prerequisites and conditions for the development of service sphere, as well as factors of crisis management in the service sector.

Korchagin Pavel 54PECULIARITIES OF PROMOTION AND PROVIDING SERVICES IN SPHERE
OF PROFESSIONAL SERVICE

Formation and development of the system of promotion and providing professional services depend on the supply and demand, not only on the industrial but also on the profile market. It should be noted that providers of business services, in spite of the strong dependence on objective and subjective factors, at the same time have more control over the supply and demand for their products than producers of tangible goods. Characteristics and features of services as a specific product require from the providers serious attitude to the strategies, ensuring coordination of supply and demand.

Medvedeva Natalya 60

WAYS OF DEVELOPMENT OF REGIONAL AGRICULTURE

The article features the assessment of the State program «Development of agriculture and consumer market of Vologda region in 2013-2020». Using the trend models and methods based on the seasonal decomposition of time factors and indicative planning methods, the author has developed scenario forecasts of the development in conditions of the WTO.

Nechitailo Alexander 65**Gnutova Anna****Ermakova Ekaterina**FRANCHISING AS AN AFFORDABLE AND ECONOMICAL METHOD
OF PROVIDING EDUCATIONAL SERVICES OF HIGH QUALITY
IN REMOTE REGIONS

The authors address the issue of accessibility of higher education for remote regions of the country, provided by the implementation of the system of educational franchising. The article considers the issues of cooperation between the educational institutions, aimed at creating the system of distance learning, providing and promotion of educational services. The work proves the benefits of franchising over the other types of cooperation.

Romaneeva Elena 74

QUALITY OF SERVICE AS COMPETITIVENESS FACTOR OF THE COMPANY

Quality of service is becoming one of the main factors determining the commercial success of the company, its competitiveness. The problem of quality of service is particularly relevant, as high quality of service for vehicles is important for the society as a whole, since it contributes to the reliability of vehicles, road safety and better environmental situation in big cities.

Regional Marketing

Korchagin Pavel 78**Levashova Yulia**

SYSTEMATIC APPROACH TO ASSESSMENT MODEL OF INFLUENCE OF BRAND MANAGEMENT FOR REGIONAL COMPANIES

Management system of regional economic development is based on the methods of systematic approach to the functioning of various sectors of regional economy and proportionally balanced development. The article features assessment of integral indicator of the brand, which includes assessment of the following criteria: indicators of the relevance of the brand for the consumer, brand value index, index of brand influence on consumer behavior, indicators of brand recognizability, index of potential consumers.

Investments and Innovations

Yurina Vladlena 85**Spiridonova Elena**

ANALYSIS OF THE PROSPECTS OF SUSTAINABLE INNOVATIONS IN BUSINESS

The article analyzes current general state of innovation processes in the economy of our country. The authors consider innovative activity, the extent of its impact on sustainable economic growth, and its contradictions, affecting not only the economic results of the direct producers of an innovative product, but also the innovation speed.

Enterprises

Vetoshko Galina 93

METHODOLOGICAL ASPECTS OF ASSESSING COMPANY'S COMPETITIVENESS

The main problem in determining the competitive status of the company is the problem of assessing the adequacy of strategic potential development of the company and the external environment for creating and maintaining a high level of competitiveness of the company.

Kurochkina Oksana 101

ASSESSMENT OF COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISE

Key factor of the success of any enterprise is the skilled labor force, which should be regarded as one of the most important strategic resources of development. Competitiveness of a person shows to what extent his age, professional, qualification, physiological, social and common characteristics correspond to the conditions of employment in the labor market, reflecting market situation concerning supply and demand on the labor of a certain quality.

Medvedeva Ekaterina 105

PROCEDURE OF REPORTING TRANSFORMATION THROUGH ADJUSTING ENTRIES

The article considers transformation as one of the ways to prepare IFRS financial statements. The author describes possible adjustments appearing during the preparation of IFRS financial statements.

Nasakina Liliya 108ANALYSIS OF STRATEGIC DEVELOPMENT DIRECTIONS
OF SERVICE COMPANIES BASED ON CUSTOMER COMPONENT
OF BALANCED INDICATORS

When forming the organization's strategy, attention is focused on establishing criteria important for the customers, but in the context of the target groups, market segments and strategic goals of the company which will meet the interests of investors (owners). Three-dimensional evaluation of activities (goods) of service companies based on indicators of customer and financial components of a balanced system helps to determine directions of strategic development.

Paramonova Larisa 114INTERNAL CONTROL AND ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS
OF ACCOUNTING POLICY

Modern requirements for the organization of the accounting process by economic subjects determine the need for the formation and consecutive application of accounting policy, as well as for continuous monitoring and analysis of the efficiency of its basic elements. Internal control and analysis of the effectiveness of accounting policy are aimed at establishing its compliance with applicable legislation in the field of accounting and taxation, the nature, scale and business strategy, its actualization in the existing economic conditions.

Savenkov Leonid 120INTERNAL CONTROL SYSTEM IN THE BUDGETING
OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

The article considers the role of implementing the internal control system in the organization of budgeting processes of industrial enterprises.

Sveshnikova Olga 124**Elmeeva Irina**STANDARDIZATION PROBLEMS OF ACCOUNTING AND REPORTING
OF RUSSIAN SMALL BUSINESS

The article provides brief characteristics of the state of small businesses in the Russian Federation from the point of view of standardizing their financial statements. The authors consider major issues faced by SMEs when preparing financial statements in accordance with IFRS. The work reveals basic standard simplifications for small and medium businesses related to the disclosure requirements, recognition and assessment, in comparison with the basic requirements of IFRS.

Sokolova Irina 131INTERNAL CONTROL SYSTEM OF THE ORGANIZATION
IN CONDITIONS OF RISK AND UNCERTAINTY

The article describes the essence of internal control system of the organization in conditions of risk and uncertainty.

Information Technology

Butakhina Ludmila 136USE OF INFORMATION AND EDUCATIONAL
TECHNOLOGIES FOR TEACHING STUDENTS OF ECONOMIC
FACULTIES (by example of English language)

The article studies possibilities of using electronic educational resources, including Internet resources, while teaching a foreign language, basic ways of using Moodle educational resources and integrating the Internet into the educational program. The author provides a project lesson of foreign language as an example of using information and educational resources.

Management Technologies

Marchenko Tatyana

142

ASSESSMENT METHODS OF EFFECTS OF PARTNER RESOURCES
MANAGEMENT IN THE SUBSTANCE «CLIENT FLOWS»

The author suggests methods for assessing cumulative effects of the client flow management, allowing definition and justifying of the further development directions of administrative activity.

Points of view

Kirichek Galina

147

MATHEMATICAL TOOLS OF INDIVIDUAL FORM OF LEARNING FOR
STUDENTS

The article considered characteristics of individual forms of learning of students for math lessons, the essence of the individual form of learning. The author describes peculiarities of organization of individual form of studies at various stages of math lesson (stage of learning new material, primary application of knowledge, stage of skills formation, stage of testing knowledge and skills).

**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 помарок и вставок.
7. Объем статьи не должен превышать 15 страниц печатного текста, включая иллюстрации и таблицы.
8. В статье необходимо давать ссылки на таблицы, рисунки и литературные источники.
9. К статье должны быть приложены на **русском и английском языках**: название статьи, аннотация (5–6 строк), ключевые слова (не более 5–7), список литературы (не более 15 источников).
10. В статье указываются УДК, полностью ФИО автора(ов), места их работы, должности и контактная информация (e-mail, номер телефона с кодом города (для иногородних авторов)).
11. Размерность всех величин, принятых в статье, должна соответствовать Международной системе единиц измерений (СИ).
12. Таблицы должны иметь тематические заголовки, иллюстрации и рисунки должны быть выполнены в виде, пригодном для полиграфического воспроизведения, сопровождаться подрисовочными подписями.
13. Список литературы должен содержать все цитируемые и упоминаемые в тексте работы. При подготовке приставных библиографических списков необходимо строго руководствоваться положениями ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»; при оформлении сносок ГОСТ 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».
14. При ссылке на изобретение необходимо указывать автора, название, год, номер и страницу «Бюллетеня изобретений». Ссылки на работы, находящиеся в печати, не допускаются.
15. Сокращения слов, имен, названий, как правило, не допускаются. Разрешаются лишь общепринятые сокращения названий мер, физических, химических и математических величин и терминов и т. д.
16. Статья сопровождается рекомендацией на опубликование в открытой печати от учреждения, в котором выполнена данная работа (выписка из решения кафедры).
17. Поступившие в редакцию статьи проходят в обязательном порядке рецензирование. Рецензии отклоненных работ высылаются авторам, содержат аргументированный отказ от публикации в случае несоответствия статьи тематике журнала, требованиям журнала к статьям, а также в случаях, если результаты статьи не имеют научной или практической ценности, не обладают элементами научной новизны. В рецензиях работ, отправленных на доработку, указываются замечания к статье.
18. В анкете, указываются фамилия, имя, отчество авторов, их почтовый домашний адрес, телефон, место работы, адрес места работы, служебный телефон, факс, адрес электронной почты.
19. Датой поступления статьи после доработки считается день получения редакцией окончательного текста с подписью согласования автора(ов) и датой.
20. Статьи, соответствующие пп. 1–19 регистрируются. Регистрационный номер авторы могут узнать по тел.(8482) 22-26-50.
21. Дополнения в авторском экземпляре и в корректуре против рукописи не допускаются.
22. Редакция журнала оставляет за собой право производить сокращения и редакционные изменения рукописей.
23. Авторы получают авторский экземпляр с опубликованной статьей, оттиски статьи (по требованию автора).

С аспирантов за публикацию рукописей плата не взимается



ISSN 2073-9338



9 772073 933004

Условия публикации статей <http://www.tolgas.ru/rio/naychizd>