

Следующий выпуск в декабре 2016 года



МАТЕРИАЛЫ ПРИНИМАЮТСЯ В СЛЕДУЮЩИЕ РУБРИКИ:

1. Макроуровень

- А) Экономическая политика: стратегия и тактика
- Б) Межгосударственное управление
- В) Международный опыт
- Г) Государственное управление
- Д) Управление социальным развитием

2. Мезоуровень

- А) Региональное развитие
- Б) Региональная сфера услуг: экономика, организация и управление
- В) Региональный маркетинг
- Г) Рынки: состояние и развитие

3. Микроуровень

- А) Управление человеческими ресурсами
- Б) Менеджмент и маркетинг
- В) Инвестиции и инновации
- Г) Предприятия
- Д) Информационные технологии
- Е) Технологии управления
- Ж) Маркетинговое управление
- З) Финансы, денежное обращение и кредит

4. Математические и инструментальные методы экономики.

5.

- А) Дискуссии и обсуждения
- Б) Точка зрения
- В) Краткие сообщения



Условия публикации статей <http://www.tolgas.ru/rio/naychizd>

ВЕСТНИК ПВГУС ЭКОНОМИКА ВЫПУСК № 3 (45) 2016

ВЕСТНИК
ПОВОЛЖСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА СЕРВИСА

ЭКОНОМИКА

№ 3 (45) 2016

ТОЛЬЯТТИ

ВЕСТНИК

ПОВОЛЖСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА СЕРВИСА.
СЕРИЯ «ЭКОНОМИКА»

№ 3 (45) – 2016 октябрь

Журнал основан в 1995 г.
Выходит 4 раза 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.)

16+

Учредитель

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

Главный редактор – Ерохина Л. И., д.э.н., профессор, ректор ПВГУС

Редакционная коллегия:

Ерохина Лидия Ивановна

д.э.н., профессор, ректор ПВГУС –
председатель редакционной коллегии (главный редактор)

Башмачникова Елена Валентиновна

д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономика, организация и коммерческая деятельность» –
заместитель председателя редакционной коллегии (зам. главного редактора)

Члены редакционной коллегии:

Иртышева Инна Александровна –

д.э.н., профессор Николаевского университета кораблестроения
имени адмирала Макарова (Украина)

Чирева Ольга Григорьевна –

д.э.н., доцент Уманского государственного педагогического университета (Украина)

Артюхин Михаил Иванович –

к.ф.н., доцент, руководитель центра мониторинга миграции научных кадров
Национальной академии наук Беларуси

Валиев Шамиль Зуфарович –

д.э.н., профессор, начальник управления стратегического развития, зав. кафедрой
«Региональная экономика и управление» Уфимского государственного университета
экономики и сервиса

Горина Алла Петровна –

д.э.н., профессор Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарева

Нечитайло Александр Анатольевич –

д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Издательское дело и книгораспространение»
Самарского государственного аэрокосмического университета
им. академика С. П. Королева (Национальный исследовательский университет)

Фирсова Ирина Анатольевна –

д.э.н., доцент, профессор кафедры «Корпоративное управление»
Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Иваненко Лариса Викторовна –

д.э.н., профессор кафедры «Экономика города и муниципальное управление»
Самарского государственного университета

Ответственный секретарь к.э.н., доцент Е. Е. Спиридонова

Редактор Н. Г. Батырева
Технический редактор Н. Ю. Ионова

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 № ФС77-57686, выдано 18 апреля 2014 года
Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий
и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

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

Подписано в печать 25.10.2016.
Выход в свет 28.10.2016.
Формат 60x80¹/₈. Печать трафаретная.
Усл. печ. л. 19,75. Тираж 1000 экз. Заказ 55-16/02. Бесплатно

© Поволжский государственный университет сервиса, 2016

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.

Требования к материалам, представляемым для публикации в журнале «Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия Экономика»

1. Условия опубликования статьи:

1.1. Редакция принимает к публикации только открытые материалы на русском и английском языках (для иностранных авторов).

1.2. Представляемая для публикации статья должна быть актуальной, обладать новизной, содержать постановку задач (проблем), описание основных результатов исследования, полученных автором, вывод.

1.3. 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.

1.4. Представленные к публикации статьи проходят проверку в системе «Антиплагиат» (оригинальность текста статьи должна составлять не менее 90%).

1.5. Отклоненные статьи не возвращаются авторам, на них не дается внешняя рецензия.

1.6. Статья должна соответствовать правилам оформления.

2. Правила оформления статьи:

2.1. Материалы для публикации в журнале должны быть представлены на бумажном и электронном носителе в формате MS Word по адресу: г. Тольятти, ул. Гагарина, 4, Издательско-полиграфический центр (ИЗПЦ) – тел. (8482) 222-650 (e-mail: vestnik@tolgas.ru)

2.2. 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.

2.3. Объем статьи не должен превышать 15 страниц печатного текста, включая иллюстрации и таблицы.

2.4. В статье необходимо давать ссылки на таблицы, рисунки и литературные источники.

2.5. Статья обязательно должна **содержать**:

Блок 1 – на русском языке: УДК, полностью ФИО автора (ов), места их работы без сокращения названий организаций, должности и контактная информация (e-mail, номер телефона с кодом города (для иногородних авторов); название статьи, аннотация (200-250 слов), ключевые слова (не более 5-7 слов или словосочетаний).

Аннотация включает следующие аспекты содержания статьи: предмет, тему, цель работы; метод или методологию проведения работы; результаты работы; область применения результатов; выводы.

Ключевые слова – это текстовые метки, представляющие содержание статьи, по которым можно найти статью при поиске и определить предметную область текста.

Блок 2 – на английском языке: название статьи, аннотация, ключевые слова.

Блок 3 – полный текст статьи на русском языке;

Блок 4 – список литературы на русском языке (название «Список литературы»).

2.6. Размерность всех величин, принятых в статье, должна соответствовать Международной системе единиц измерений (СИ).

2.7. Таблицы должны иметь тематические заголовки, иллюстрации и рисунки должны быть выполнены в виде, пригодном для полиграфического воспроизведения, сопровождаться подрисовочными подписями.

2.8. 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». Список литературы должен содержать 20-30 источников, из них не менее 40% – иностранных источников.

2.9. При ссылке на изобретение необходимо указывать автора, название, год, номер и страницу «Бюллетеня изобретений». Ссылки на работы, находящиеся в печати, не допускаются.

2.10. Сокращения слов, имен, названий, как правило, не допускаются. Разрешаются лишь общепринятые сокращения названий мер, физических, химических и математических величин и терминов и т. д.

2.11. Статья сопровождается рекомендацией на опубликование в открытой печати от учреждения, в котором выполнена данная работа (выписка из решения кафедры).

2.12. 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.

2.13. В анкете указываются фамилия, имя, отчество авторов, их почтовый, домашний адрес, телефон, место работы, адрес места работы, служебный телефон, факс, адрес электронной почты.

2.14. Датой поступления статьи после доработки считается день получения редакцией окончательного текста с подписью согласования автора (ов) и датой.

2.15. Дополнения в авторском экземпляре и в корректуре против рукописи не допускаются.

2.16. Редакция журнала оставляет за собой право производить сокращения и редакционные изменения рукописей.

2.17. Авторы получают авторский экземпляр с опубликованной статьей, оттиски статьи (по требованию автора).

2.18. Статьи, соответствующие пп. 2.1 – 2.17, регистрируются. Регистрационный номер авторы могут узнать по тел. (8482) 222-650.

2.19. Статьи публикуются платно (с аспирантов и зарубежных авторов за публикацию рукописей плата не взимается). Авторы получают авторский экземпляр с опубликованной статьей, оттиски статьи (по требованию автора). Гонорары авторам не выплачиваются.

СОДЕРЖАНИЕ

МАКРОУРОВЕНЬ

Экономическая политика: стратегия и тактика

Можанова Ирина Ивановна**Костин Максим Дмитриевич****Удалов Андрей Александрович**

КРАУДФАНДИНГ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ФОРМА ФИНАНСИРОВАНИЯ

Представлено исследование такой инновационной формы финансирования коммерческих и некоммерческих организаций, как краудфандинг. Определены основные виды и формы привлечения финансовых ресурсов, в том числе краудинвестинг и краудлендинг. Рассмотрены особенности развития рынка краудфандинга на примере краудлендинговых платформ. Выявлены основные проблемы функционирования модели краудлендинга в условиях российской экономики.

Целью статьи является изучение нового для Российской Федерации метода привлечения инвестиций как в малые предприятия, так и в некоммерческие организации. В процессе исследования были использованы метод наблюдения, монографический метод и методы сравнения и обобщения. Результатом работы является определение ряда проблем, решение которых необходимо для развития краудплатформ на российском экономическом поле. Практическая значимость работы состоит в том, что она вносит определенный вклад в развитие модели краудфандинга для привлечения финансовых средств в малые предприятия и стартапы, творческие и научные проекты, коммерческие и некоммерческие организации. Область применения для полученных результатов определяется возможностью использования данного материала для организации и проведения дальнейших научных и методологических исследований в области использования инновационных форм финансирования.

15

Государственное управление

Корчагин Павел Валентинович

К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ ТАМОЖЕННЫМИ ОРГАНАМИ

Эффективность деятельности государственных органов определяет качество не только отдельных государственных услуг, предоставляемых по запросу различным организациям и гражданам, но и услуг, предоставляемых обществу в целом, создавшему институт государства как способ своей самоорганизации, а государственные органы – как элементы этого института, предоставляющие обществу услуги по управлению им.

Таможенные органы играют важную роль в деятельности государства, являясь основным инструментом регулирования внешнеэкономической деятельности (ВЭД), обеспечения соблюдения прав участвующих в ней лиц и организаций, а также пополнения доходной части федерального бюджета Российской Федерации (РФ), позволяющего реализовывать стоящие перед государством цели и задачи.

Особое значение имеет экономическая деятельность таможенных органов, заключающаяся в обеспечении собираемости таможенных платежей в целях пополнения доходной части бюджета РФ, а также поддержки конкуренции в сфере ВЭД, то есть содействия внешней торговле. Успех деятельности таможенных органов определяется множеством факторов, существенное место среди которых занимает эффективное управление ими. При этом грамотное и последовательное претворение управленческих решений в жизнь невозможно без оценки эффективности текущей деятельности таможенных органов, позволяющей определить, насколько правильно руководством выбраны направления их работы и каковы приносимые ею результаты.

Значительные размеры государственной и таможенной территории РФ, удаленность отдельных таможенных органов от центрального органа, наличие выраженной региональной специфики ВЭД определяют необходимость существования всех структурных элементов системы таможенной службы. Экономическая деятельность таможенных органов обеспечивает исполнение экономических целей и задач, поставленных обществом в лице государства перед таможенной службой России.

Совершенствование теоретической базы, разработка инструментария оценки эффективности

20

деятельности таможенных органов являются актуальными для совершенствования государственного управления внешнеэкономическим сектором национальной экономики, а также для обеспечения деятельности государственного аппарата, поскольку позволяют указанной эффективностью управлять и, следовательно, повышать качество услуг, предоставляемых обществу таможенными органами. В то же время вопросы оценки эффективности деятельности некоммерческих организаций, государственных органов, в частности таможенных, изучены в меньшей степени.

Колодина Ольга Николаевна

25

УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ,
УЧАСТНИКА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ,
С ТАМОЖЕННЫМИ ОРГАНАМИ НА ОСНОВЕ ВЫБОРА
ОПТИМАЛЬНОЙ МОДЕЛИ

Активная интеграция России в международную систему мирохозяйственных связей, вступление во Всемирную торговую организацию изменяют институциональные условия осуществления внешнеэкономической деятельности, и в частности основы организации таможенного оформления товаров. Это меняет основные принципы взаимодействия субъектов таможенных правоотношений, что, в свою очередь, изменяет подходы участников внешнеэкономической деятельности к таможенной очистке товаров. В то же время увеличение масштабов внешнеэкономической деятельности ведет к увеличению рисков нарушения таможенного законодательства, вызывая рост объема информационной нагрузки на таможенные органы и участников ВЭД, существенно усложняя принятие решений при осуществлении таможенных операций. В результате возникают противоречия между требуемым и существующим уровнем качества деятельности по осуществлению таможенного оформления, что приводит к актуализации вопроса выбора оптимальной модели взаимодействия предприятия с таможенными органами. В статье представлен анализ основных моделей взаимодействия таможенных органов и участников внешнеэкономической деятельности в процессе таможенного оформления товаров. Сделаны выводы о направлении развития взаимодействия организаций в сфере внешнеэкономической деятельности и предложена система показателей для оценки эффективности привлечения таможенных представителей.

Чуйкова Екатерина Васильевна

32

КЛАССИФИКАЦИЯ ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ НА РЫНКЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ

Международная торговля в современных условиях является важнейшей движущей силой экономического процветания и устойчивости экономических систем. Исходя из этого важно отметить, что таможенные услуги относятся к сфере услуг, обслуживающих внешнеторговую деятельность экспортеров и импортеров. Таможенные органы предоставляют услуги не только субъектам внешнеэкономической деятельности на определенном этапе внешнеторговой сделки, но и государству, выполняя функцию по регулированию, а также возможности защиты экономики, здоровья населения и охраны окружающей среды.

Особенности международного подхода к понятиям «таможенная услуга», «сфера таможенного обслуживания» и «сфера таможенных услуг» связаны с рядом причин, прежде всего уровнем экономического развития стран, разной скоростью интеграции в мировой экономике и фазой развития таможенных систем. Проблема развития сферы таможенных услуг является одной из приоритетных в мировых научных исследованиях, связанных с модернизацией таможенного дела. Современная таможня – это прежде всего услуги, поскольку на первый план сегодня выходит вопрос содействия международной торговле.

Актуальность данной темы заключается в оптимизации таможенных услуг, повышении их прозрачности, расширении практики информирования и консультирования участников ВЭД, а также развитии таможенной инфраструктуры.

В настоящее время от эффективности деятельности таможенных органов может зависеть не только пополнение федерального бюджета, но и уровень развития внешнеэкономической деятельности. Развитие таможенного обслуживания оказывает большое влияние на возможность достижения рыночного успеха импортируемых или экспортируемых товаров. В отсутствие современного таможенного обслуживания, особенно в случаях длительного таможенного оформления или ненадлежащего хранения, товар может полностью или частично потерять свою потребительскую ценность, стать неконкурентоспособным и в результате оказаться отвергнутым покупателем.

Чупайда Александр Михайлович**Варлахова Юлия Борисовна****Бугаев Александр Евгеньевич****СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВОЙ СФЕРЫ
С ПОЗИЦИЙ ДЕФИЦИТА ДОСТОЙНОГО ТРУДА**

Рассматриваются понятие «Достойный труд», концепция достойного труда МОТ, проводится анализ существующих определений достойного труда, предлагается обобщенное определение достойного труда. Дается описание каждой характеристики достойного труда из предложенного определения. Рассматриваются основные факторы, характеризующие содержание труда и имеющиеся различия в функциях и содержании труда.

Определяются проблемы дефицита достойного труда, которые проявляются в виде диссонанса между уровнем квалификации работников и содержанием труда.

Проведен анализ индикаторов достойного труда по данным Федеральной службы государственной статистики за 2006–2016 гг., которые характеризуют современное состояние социально-трудовой сферы. В работе рассматривались четыре основных индикатора, характеризующие уровень достойного труда: «Достойная занятость», «Адекватный заработок и продуктивная занятость», «Достойная продолжительность рабочего времени», «Безопасный труд».

К индикатору «Достойная занятость» отнесены: доля занятых лиц в общей численности населения (мужчины и женщины); доля молодежи, которая не учится и не работает, в возрасте от 15 до 24 лет; уровень безработицы за последние 10 лет; доля неформального сектора в общей занятости.

К индикатору «Адекватный заработок и продуктивная занятость» отнесены: доля занятых лиц с низким уровнем заработной платы; количество работающих лиц, находящихся за чертой бедности.

К индикатору «Достойная продолжительность рабочего времени» отнесены: доля занятых с чрезмерной продолжительностью рабочих часов (более 48 часов в неделю).

К индикатору «Безопасный труд» отнесены: уровень производственного травматизма со смертельным исходом; уровень производственного травматизма с несмертельным исходом.

Результаты анализа указывают на достаточно высокий дефицит достойного труда, существующий в настоящее время. Обосновывается необходимость экстренной реализации основных положений и принципов концепции Достойного труда как одной из форм развития социально-трудовых отношений.

МЕЗОУРОВЕНЬ**Региональное развитие****Валева Айгуль Мадхатовна****МОДЕЛИРОВАНИЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ
НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА**

Анализируются факторы, влияющие на инновационное развитие Республики Башкортостан. В настоящее время конкурентное преимущество субъектов экономических и общественных отношений на макро- и микроуровне формируют инновации и инновационную деятельность. Комплексной характеристикой интенсивности инновационной деятельности является инновационная активность. Базисным условием активизации инновационного развития региона является выявление факторов, влияющих на инновационное развитие. Оно подвержено действию постоянных и случайных факторов. Для выявления сущности изучаемых явлений в целях абстрагирования от случайных факторов предлагаем модель регрессионно-корреляционного анализа.

Современная рыночная экономика значительно усложнила социально-экономические процессы и потребовала адекватных методов их анализа и исследования. «Наука, стремясь к ясности, – говорит американский географ В. Бунге, – в конце концов оказывается вынужденной облачаться в математическую формулу... ибо эта форма гарантирует определенность и непротиворечивость».

Теоретической и методологической базой исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных исследователей, посвященные вопросам инновационной экономики, инновационного развития.

Вопросам инновационного развития территории и оценки уровня инновационного развития посвящены многочисленные аналитические публикации международных организаций: Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Европейской комиссии по инновациям и др. Моделирование экономического объекта – это его гомоморфное отображение в виде совокупности уравнений, неравенств, логических отношений. Под математической моделью понимается объект, представленный в условных обозначениях, который в процессе исследования замещает объект-оригинал таким образом, что его непосредственное изучение дает новые знания об объекте-оригинале.

Иваненко Лариса Викторовна

52

**МОДЕРНИЗАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ПУТЕМ
ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА**

Актуальность предлагаемого исследования подтверждается наличием активных процессов кластеризации в регионе и необходимостью модернизации регионального промышленного комплекса. Показано проведение кластерной политики в регионе. Промышленно-производственные или экономические кластеры представлены как форма организации промышленности.

Определение или выявление способов и методов проведения модернизации промышленного комплекса Самарского региона являются целью данной работы. Результатом проведенного исследования предлагается разработка и формирование регионального экономического кластера, в процессе осуществления которого происходит модернизация промышленных предприятий. Таким образом, в работе рекомендуется проведение модернизации промышленности на основе формирования кластеров. Эта инновационная форма представляет собой интеграционную модель модернизации промышленного комплекса в региональной экономике.

Коротов Марк Викторович

57

**СИСТЕМНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

В экономической науке процесс создания стройной теории предпринимательской деятельности не завершен. Существующий мировой опыт развития предпринимательской деятельности инициировал мировую экономическую мысль на осмысление, обобщение этого опыта, выработку экономической теории предпринимательства.

Вместе с тем в экономической науке, во-первых, нет общепризнанного определения предпринимательской деятельности как особого вида экономической деятельности; во-вторых, имеет место фактическое отождествление предпринимательства как социального слоя и как вида деятельности; в-третьих, отсутствуют четкие критерии в разграничении понятия «предпринимательская деятельность» с пограничными понятиями (например, бизнес, хозяйственная деятельность).

В статье рассмотрен исторический аспект развития предпринимательской деятельности в России, показана эволюция терминологической, содержательной сущности понятий «предприниматель» и «предпринимательская деятельность», отражены функции современного предпринимательства. Предпринимательская деятельность представлена автором как система, основными элементами которой являются субъект предпринимательства, объект предпринимательства и предпринимательская активность.

Рахаев Хадис Магомедович

62

Кокова Эльвира Руслановна

Сабанчиев Анзор Хусейнович

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ МОДЕЛИ
РОСТОРАЗВИТИЯ В РЕГИОНАЛЬНОМ СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ**

В последнее время в научных и политических кругах большое внимание уделяется проблеме поиска источников долгосрочного роста национального хозяйства. Предложено большое количество решений. Выделилось два основных направления, условно представленные двумя конкурирующими школами: кудринцами и столытинцами. На периферии настоящих изысканий оказались отрасли реальной экономики, и в частности сельское хозяйство. За последние годы, в то время, когда многие отрасли и сектора экономики показали спад или же стагнируют, сельское хозяйство демонстрирует поступательный рост. В отдельных исследованиях ему отводится роль современного драйвера роста национального хозяйства. Однако при этом мало внимания уделяется тому, что

существующая модель, модель, показывающая нынешний рост, по сути, исчерпала свои возможности и работает на своеобразном «автопилоте», т. е. инерции и благоприятной внешней конъюнктуре, созданной санкциями и ответным продовольственным эмбарго. В статье указываются проблемы нынешней модели роста в национальном сельском хозяйстве и предложены направления и механизмы формирования новой перспективной модели роста, в которой учтены технологические, организационные и институциональные внешние и внутренние перспективы сельского хозяйства.

Руденко Александр Алексеевич

68

Курманов Марат Фидиатуллаевич

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ РЕТРОСПЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Промышленные предприятия в Российской Федерации находятся на пороге развития шестого технологического цикла (в соответствии с волновой теорией развития экономики Н. Д. Кондратьева), что обуславливает внедрение интенсивной инновационной политики во всех сферах деятельности предприятий, перестройку предприятий к часто меняющейся конъюнктуре рынка и внедрение условий для максимальной адаптивности. Промышленность Самарского региона, на примере которой представлен материал статьи, характеризуется как сильно дифференцированная, чему способствует исторически сложившаяся местная инфраструктура предприятий, созданных в 50-е годы XX века. Кроме того, область занимает выгодное географическое положение, через нее проходят главные транспортные коридоры запад – восток, север – юг. Область уверенно занимает по темпам экономического роста второе место по ПФО и входит в десятку экономически развитых и стабильных регионов России. С 2006 г. правительством области планомерно реализуется ряд программ, направленных на инновационное развитие промышленных предприятий региона на период до 2020 г., с привлечением иностранного капитала. Результатом принятия данных программ послужило развитие на территории области ряда промышленных кластеров. Однако часть программ была скорректирована ввиду введения экономических санкций в отношении Российской Федерации. Кластерный подход способствовал горизонтальной и вертикальной интеграции предприятий, развитию сети специализированных аутсорсинговых предприятий. На сегодняшний день в регионе механизм функционирования предприятий строится по кластерному принципу в целях достижения положительной динамики развития и обеспечения конкурентоспособности в долгосрочной перспективе. Также следует учитывать, что через положительно экономически развивающийся регион достигается конкурентоспособность страны в целом. Одним из вариантов развития интегрированных корпоративных структур в современных условиях является формирование кластеров.

Региональная сфера услуг: экономика, организация и управление

Аппанова Юлия Эдуардовна

75

МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБЪЕМА РЕАЛИЗАЦИИ УСЛУГ В СФЕРЕ СЕРВИСА

Моделирование в настоящее время выступает как своеобразный инструмент познания, который исследователь ставит между собой и объектом и с помощью которого изучает интересующий его объект. Именно эта особенность метода моделирования определяет специфические формы использования абстракций, аналогий, гипотез, других категорий и методов познания.

Необходимость использования метода моделирования определяется тем, что многие объекты или проблемы, относящиеся к этим объектам, непосредственно исследовать или совсем невозможно, или это исследование требует огромного количества временных ресурсов и денежных средств.

Модель оценки состояния функций управления ресурсным обеспечением на объем реализации услуг предприятием позволяет найти качественное выражение взаимосвязей между объемом реализации услуг предприятием и определяющими его факторами.

В статье определены принципы, требования, предъявляемые к разработке экономико-математической модели оценки влияния состояния функций управления ресурсным обеспечением на объем реализации услуг предприятием сферы сервиса. Представлена совокупность инструментальных действий, соответствующих процессу экономико-математического моделирования с основополагающим обоснованием преимуществ его применения.

Практическая значимость заключается в возможности применения предложенного методического инструментария к прогнозированию в практике управления предприятиями в сфере сервиса.

Применение экономико-математической модели оценки влияния состояния функций управления ресурсным обеспечением на объем реализации услуг предприятием направлено на повышение экономической результативности управления ресурсным обеспечением на предприятии сферы услуг на основании детально скорректированных управленческих решений и делает наглядной и прозрачной связь принимаемых управленческих решений с результативностью деятельности предприятия сферы услуг.

**Баимачникова Елена Валентиновна
Абрамова Любовь Андреевна**

81

ОБОСНОВАНИЕ ИНТЕГРАЦИИ МАРКЕТИНГОВОГО И ПРОЕКТНОГО ПОДХОДОВ В ОБЩУЮ МЕТОДОЛОГИЮ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Региональный маркетинг рассматривается как современная философия территориального управления и развития, представляющая целенаправленную маркетинговую деятельность по повышению привлекательности сосредоточенных в регионе человеческих, природных, материально-технических, финансовых, информационных, инновационных и других ресурсов и вовлечению их в процесс освоения и активного использования в желательных для региона и страны в целом формах, объемах, направлениях.

Маркетинговая деятельность обеспечивает, с одной стороны, выявление, стимулирование и удовлетворение спроса целевых групп потребителей в товарах и услугах, реализуемых на региональных рынках (производимых как на его территории, так и за пределами), а с другой – участие в обеспечении процесса развития внутрирегиональных и межрегиональных рыночных отношений, стимулирование роста конкурентоспособности территории.

В данной статье рассмотрена эволюция регионального маркетинга, а также выявлены основные понятия, используемые при определении маркетинга, объектом которого является территория. Изучение сущностных оснований регионального маркетинга свидетельствует о том, что он эволюционизировал в направлении понимания его как определенной философии управления территорией, усложнения функций и принципов реализации с целью продвижения региона на рынки страны и мира посредством креативного использования системы маркетинговых решений, профессионального регионального менеджмента.

Авторами статьи определено, что для решения проблемы повышения конкурентного потенциала регионов с использованием инструментов, технологий и стратегий регионального маркетинга продуктивным представляется использование проектного подхода. В этом направлении высказана и обоснована необходимость интеграции методологий маркетингового и проектного подходов в целях управления развитием региональной сферы услуг.

Екимова Мария Сергеевна

87

ПОНЯТИЙНЫЙ АППАРАТ ФЕНОМЕНА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

В статье рассматривается актуальное и перспективное в современном мире понятие «образовательная услуга». Целью данного исследования является изучение и сравнение различных взглядов на термин «образовательная услуга». Для достижения указанной цели были использованы как теоретические, так и эмпирические методы, среди них представлены моделирование, абстрагирование, анализ, синтез, сравнение. На сегодняшний день не существует точного определения данному понятию, хотя оно крайне необходимо, так как в условиях рыночной экономики такой вид услуг стал наиболее популярным. Отмечены общие признаки услуг, но на их основе невозможно дать четкого определения, поэтому также были выделены специфические черты образовательных услуг. К ним, в частности, отнесены: наличие определенного субъекта, недолговременность данной услуги, неразрывность между производством и потреблением. Термин «публичная услуга» упоминается для определения места государства в системе образовательных услуг. Более того, прослеживается неразрывная связь между юридической и экономической наукой, которая выстраивает необходимое межотраслевое взаимодействие для выделения новых признаков образовательных услуг. Таким образом, государство занимает одну из главных позиций в системе образовательных услуг, применяя административные методы для более рационального распределения бюджетных средств, делегирования полномочий муниципальным органам власти и удовлетворения публичных потребностей общества. Наконец, дано оригинальное определение образовательной услуги, которое может дополнить законодательные акты, в частности Закон РФ «Об образовании».

Мещерякова Елена Владимировна**Пасечная Вера Александровна****ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА САМАРСКОГО РЕГИОНА**

В настоящее время осуществление эффективной региональной политики, нацеленной на реализацию стратегической цели, связанной со структурной перестройкой экономики конкретных регионов на инновационной основе, активизацию реализации их внутренних потенциалов, невозможно без использования новых инструментов. В их числе технопарки, кластеры, особые экономические зоны, технополисы, территории опережающего социально-экономического развития. Данная совокупность инструментов региональной политики РФ свидетельствует об ее усложнении и нацелена на обеспечение эффективности экономического и социального развития на всей территории страны, повышение конкурентоспособности национального хозяйства и конкретных регионов. Главным предназначением региональной политики Российской Федерации является преодоление территориальной дифференциации и дезинтеграции экономического пространства страны, т. е. стирание чрезмерных экономически и социально опасных различий между субъектами Российской Федерации, выравнивание условий жизни их населения. Реализация данной цели определенным образом связана с эффективностью новых инструментов региональной политики России, направленных на структурную трансформацию конкретных регионов и национальной экономики в целом.

Морякова Анастасия Владимировна**СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ СЕРВИСА И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МОДЕЛИРОВАНИЯ ИХ ОРГАНИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ**

Основное содержание управления процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса направлено на структуризацию исходной информации о проблеме, требующей принятия управленческих решений. Объем исследований должен обеспечивать снижение неопределенности в оценке свойств принимаемых решений до уровня, позволяющего осуществить обоснованный выбор рационального решения. Основным инструментом подобных исследований служат адекватные модели, дающие возможность воспроизводить различные сценарии проблемной ситуации, прогнозировать варианты ее развития и оценивать эффективность принимаемых управленческих решений в соответствующей обстановке.

Цель работы состоит в определении направлений совершенствования организационного развития предприятий сферы сервиса на основе обоснования необходимости и значимости применения методов моделирования и проектирования информационного обеспечения разработки и принятия решений в области управления процессом предоставления услуг.

Методологическую основу работы составили теоретические научные методы: метод формализации, метод индукции и дедукции, метод классификации, метод анализа и синтеза, метод абстрагирования, метод эмпирического обобщения, метод исследования причинно-следственных связей, метод структуризации, а также системный подход.

Результатом работы является определение значения механизма управления процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса, реализуемого в рамках функционирования гибридной системы, выявление приоритетных направлений моделирования управления процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса, предложение параметров оценки отдельных зон информационного обеспечения управления процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса. Практическая значимость работы вносит определенный вклад в разработку мер по модернизации организационных структур, направленных на повышение эффективности управления процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса, с учетом соблюдения требований научной основы, проявляющейся в реализации законов организационного развития предприятий сферы сервиса. Область применения результатов работы определена возможностью использования материала для дальнейших научных и методических разработок в области совершенствования организационного развития предприятий сферы сервиса.

МИКРОУРОВЕНЬ

Менеджмент и маркетинг

Гордеева Ольга Викторовна

104

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ

Успешная деятельность предприятия зависит от множества факторов, в том числе и от ее имиджа. Проблемы формирования имиджа организации находят отражение не только в практике российских компаний (более 78 % организаций в России направленно разрабатывают стратегии формирования имиджа [1]), но и в исследованиях современных ученых. Вместе с тем следует отметить, что сегодня в России эта проблематика находится на стадии разработки и имеет много дискуссионных аспектов, что обуславливает актуальность дальнейшего исследования. Проблема исследования состоит в отсутствии публикаций в области критического анализа существующих методов формирования имиджа организации именно как элемента маркетинговой стратегии. Объектом исследования выступает предприятие как объект формирования имиджа, а предметом – методология формирования имиджа организации как элемента маркетинговой стратегии. В условиях значительной конкуренции перед предприятиями возникает достаточно сложная задача – как удержать свои позиции на рынке и обеспечить эффективность деятельности. На сегодняшний день формирование и развитие имиджа организации является одним из важнейших направлений современного маркетинга. Все более становится очевидным, что данная тематика и проблематика должна быть в фокусе внимания топ-менеджмента любой организации. Однако существующие методы создания и поддержания положительного имиджа и высокой репутации организации предполагают использование стандартных подходов по управлению репутацией компании, что создает значительные сложности и актуализирует поиск новых методологических подходов в данной области.

Предприятия

Горобец Роман Юрьевич

107

Чуваткин Петр Петрович

РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА АУТСОРСИНГОВЫХ КОМПАНИЙ

Заключение договора об аутсорсинге предполагает развитие долгосрочных, ориентированных на партнерство отношений, поэтому особенно важно с исключительной тщательностью подойти к определению и конечному выбору компании-аутсорсера. Оценка предусматривает анализ способностей и возможностей аутсорсера по предоставлению нужных компании заказчика в данный момент ресурсов, навыков и разработок, а также насколько он адаптивен к изменяющимся требованиям со стороны заказчика и способен удовлетворить его новые запросы. До того как принять решение об использовании технологии аутсорсинга, целесообразно провести рейтинговую оценку, позволяющую наиболее объективно рассмотреть все возможные варианты последствий данного решения и выбрать аутсорсинговую компанию с необходимым набором компетенций. Целью настоящей работы преследовалось предложение методики рейтинговой оценки аутсорсинговых компаний.

Информационную и теоретическую основу при написании данной статьи составили научные работы отечественных и зарубежных авторов, посвященные исследованию и изучению организационных вопросов проведения рейтинговой оценки и применения аутсорсинга. В процессе исследования обозначенной проблематики применялись совокупность методов из области экономики и управления предприятием, менеджмента качества, маркетинга, сравнительный анализ и системный подход.

Процедура оценки и последующего отбора потенциальных компаний-аутсорсеров должна быть основана на определенном наборе показателей и критериев, обоснование которых строится исходя из целей оценки и потребностей субъекта. Проведение комплексной рейтинговой оценки компаний-аутсорсеров обусловлено сложностью выделения приоритетного критерия, на основе которого происходит анализ аутсорсинговых предложений.

Применение методики рейтинговой оценки аутсорсинговых компаний позволяет сделать объективный выбор наилучшего исполнителя делегируемых процессов, что является ключевым фактором успешного применения аутсорсинга и развития взаимовыгодной кооперации.

Медведева Екатерина Викторовна
ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОТЧЕТНОСТИ
В УЧЕТНОЙ ПРАКТИКЕ ПРИ ОБЪЕДИНЕНИИ И СЛИЯНИИ КОМПАНИЙ

Изучение международных стандартов финансовой отчетности и российских нормативно-законодательных документов, методических указаний, регулирующих процессы учета и составления отчетности в ходе объединения и слияния экономических субъектов, позволил выявить актуальные вопросы, появляющиеся при формировании учетной информации о компании, образуемой в ходе объединения бизнеса. Формирование бухгалтерской (финансовой) отчетности при реорганизации производится в несколько этапов, этот процесс долгий и трудоемкий. В рамках изучения вопросов оценки имущества и обязательств рассмотрены существующие к их разрешению подходы в международных стандартах финансовой отчетности. На базе методических указаний по составлению бухгалтерской (финансовой) отчетности при объединении или слиянии экономических субъектов сформированы проблемные аспекты составления заключительной бухгалтерской (финансовой) отчетности реорганизуемыми экономическими субъектами. Проблема возникает на этапе формирования вступительной бухгалтерской (финансовой) отчетности, что обусловлено рядом факторов. Прежде всего это несовершенство российской нормативной и методической базы, регулирующей данные аспекты. Открытыми остаются вопросы оценки имущества и обязательств интегрируемых компаний, что является основной причиной недостоверности формируемой в отчетности информации, а также сами механизмы формирования вступительной бухгалтерской отчетности.

Парамонова Лариса Анатольевна
АКТУАЛИЗАЦИЯ ПРАВИЛ УЧЕТА ЗАДОЛЖЕННОСТИ
СОГЛАСНО МСФО

Функционирование экономических субъектов в условиях наличия кризисных тенденций в экономике предопределяет актуальность исследования учета и контроля дебиторской и кредиторской задолженности. Острота проблематики диктуется и отсутствием в российских нормативных бухгалтерских актах и международных стандартах финансовой отчетности обособленного стандарта по учету задолженности. Формирование учетной политики в области дебиторской и кредиторской задолженности требует структурирования и изучения комплекса стандартов, затрагивающих данную область учетного процесса. Регламенты российских стандартов бухгалтерского учета по учету задолженности в основном идентичны требованиям международных стандартов финансовой отчетности, но присутствуют и существенные различия. Анализ требований учетных стандартов позволяет выработать методику учета задолженности, наиболее полно и достоверно раскрывающую информацию о состоянии дебиторской и кредиторской задолженности экономического субъекта. Подходы к определению, классификации, оценке и признанию дебиторской и кредиторской задолженности, регламентированные в международной учетной практике, позволяют достоверно, в полном объеме и качественно раскрыть информацию в бухгалтерской (финансовой) отчетности. Использование российскими экономическими субъектами не только национальных учетных стандартов, но и международных при регулировании учетного процесса задолженности позволит не только повысить качество отчетной информации, но и минимизировать предпринимательские риски, связанные с нарушениями договорной дисциплины и кризисами неплатежей.

Сушкова Татьяна Васильевна
КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА ИМИДЖА БАНКОВ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Процесс создания адекватного имиджа должен основываться на анализе (прогнозе) предполагаемого или уже существующего имиджа, репутации данной организации. Продуманный, надежный имидж организации – сегодня одна из важных составляющих успешного бизнеса. Особенно это актуально для организаций, которые работают в финансовой сфере. Анализ специальной литературы показал, что в основе широко известных методик оценки имиджа лежит преимущественно качественная информация. Для более объективного исследования автором была разработана методика количественной оценки имиджа на примере банков. Была использована как первичная, так и вторичная информация. Вторичная была проанализирована при помощи контент-анализа, первичная собрана в результате проведения экспертного опроса. Научная новизна исследования заключается в том, что впервые предложена методика оценки имиджа банков, основан-

ная на анализе рейтинга банков и их значения в создании имиджа.

Практическая значимость заключается в том, что предложенная методика может использоваться банками для оценки собственного имиджа, принятия управленческих решений в целях выявления основных направлений и разработки мероприятий по укреплению имиджа. Кроме того, методика оценки имиджа может использоваться в учебном процессе в рамках таких дисциплин, как «Маркетинг», «Рекламное дело», «Имиджология», «Основы интегрированных коммуникаций» и т. п.

Таким образом, статья является самостоятельной, завершённой работой, которая обладает научной новизной, свидетельствует о личном вкладе автора в развитие теории и практики оценки имиджа банков. Использование предложенной методики будет способствовать достижению устойчивых конкурентных преимуществ.

Фролов Евгений Вячеславович

Ионова Любовь Александровна

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Авторами рассматриваются теоретические и практические основы стратегического планирования закупочной деятельности на промышленном предприятии. Обоснована необходимость проведения планирования как актуального направления развития предприятий в нестабильных рыночных условиях. Кратко охарактеризована история развития стратегического планирования в России и за рубежом и на основе анализа различных точек зрения на развитие категории «стратегия» определена экономическая сущность данной дефиниции, выделены области ее применения. Более подробно рассмотрен один из видов планирования – стратегический – как один из важнейших факторов повышения конкурентоспособности на уровне государства, региона и предприятия. Раскрыты особенности применения стратегического планирования в области закупок и выделены основные элементы ее формирования. Приведена классификация основных категорий стратегии закупок и даны их ключевые характеристики. Также в рамках исследования проведен сравнительный анализ методов закупки материальных ресурсов, который структурирован и представлен в табличном виде, где определены свойства, положительные и отрицательные стороны таких методов, как «Приобретение материальных ресурсов по долгосрочному договору», «Систематические закупки» и др. На основе базовых моделей представленных методов, таких как «АНМ», сформирована система показателей для оценки эффективности закупочной деятельности. В рамках повышения эффективности стратегического планирования закупочной деятельности авторами также отмечается необходимость применения на промышленных предприятиях таких стратегий и методов, как Just-in-Time, ABC-анализ и др. Своевременное использование представленных технологий стратегического планирования позволит руководству предприятия сформировать эффективную стратегию управления закупками и получить конкурентные преимущества на рынке.

124

Информационные технологии

Мальшева Елена Юрьевна

Бобровский Сергей Михайлович

ТЕСТИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УНИВЕРСИТЕТА: КОМПОНЕНТНЫЙ ПОДХОД

Рассмотрены вопросы компонентного подхода к тестированию информационной системы высшего учебного заведения. Компонентный подход к тестированию рассмотрен на примере информационной системы Поволжского государственного университета сервиса, проект которой был создан на основе компонентного моделирования.

Приводится список основных стандартов, регламентирующих процесс тестирования программных продуктов, и схема классификации видов тестирования по следующим признакам: по объекту тестирования, по знанию системы, по степени автоматизированности, по степени подготовленности, по степени изолированности, по времени проведения, по признаку позитивности сценариев.

130

Дано краткое описание каждого вида тестирования. Особенное внимание уделяется компонентному (модульному) тестированию.

Приводятся примеры использования UML-диаграмм информационной системы Поволжского государственного университета сервиса для определения объектов тестирования: диаграмма компонентов для подсистемы учебного отдела, диаграмма активности прецедента «Создание базового учебного плана», диаграмма прецедента «Составление учебных планов». Описаны возможности применения UML-диаграмм при создании тестов для информационной системы университета, в частности диаграммы компонентов предлагается использовать для функциональных тестов, диаграммы активности могут быть использованы при тестировании методом Белого ящика, а диаграммы прецедентов (диаграммы использования) могут применяться при системном тестировании. Сделан вывод, что организация тестирования информационной системы университета на базе компонентного подхода позволяет активно использовать при составлении тестов такие артефакты проекта, как диаграммы компонентов, диаграммы активностей и диаграммы прецедентов, что позволит существенно повысить качество процесса тестирования, а также обеспечить необходимое качество компонентов и информационной системы в целом.

Хрипунов Николай Владимирович

Раченко Татьяна Александровна

Альшианская Татьяна Владимировна

137

РЕЛЯЦИОННАЯ МНОГОУРОВНЕВАЯ МОДЕЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СИСТЕМ В РАЗРАБОТКЕ МЕТОДОВ И АЛГОРИТМОВ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ОЦЕНОК КАЧЕСТВА

Предложена реляционная многоуровневая модель информационного взаимодействия организационных систем, разработанная в развитие графических моделей системы менеджмента качества. Модель разработана на основе существующей модели «спираль качества». По результатам анализа аналога установлено, что модель «спираль качества» не в полной мере удовлетворяет требованиям по гибкости и адекватности отображения реальных процессов. В частности, переход одного из процессов на новый уровень качества в рамках модели «спираль качества» влечет принудительный «шаг улучшения» для других процессов. Разработанная реляционная многоуровневая модель информационного взаимодействия организационных систем обеспечивает независимость продвижения процессов, составляющих жизненный цикл, по пути улучшения. Наряду с материально-техническими последовательными направленными связями между процессами разработанная модель содержит ненаправленные реляционные информационные связи между процессами по схеме «все со всеми». Эти связи определяют информационное взаимодействие в рамках описываемой организационной системы, по результатам которого каждый процесс накапливает информационный потенциал к переходу на новый уровень качества – шаг улучшения. В рамках реляционной многоуровневой модели информационного взаимодействия организационных систем возможно существование процессов жизненного цикла, находящихся на разных уровнях. Этим обеспечивается возможность эффективного развития процессов, обладающих значительным инновационным потенциалом и объективной востребованностью интенсивного совершенствования. Вместе с тем предлагаемая модель позволяет обеспечить стабильную работу тех процессов жизненного цикла, изменения в которых объективно не необходимы, – проведение изменений и реорганизаций в рамках разработанной модели обеспечивается только информационным потенциалом, накопленным тем или иным процессом в ходе работы

Технологии управления

Алябьева Елена Михайловна

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

142

Существующие методы и подходы к управлению позволяют пронизывать и взаимоувязывать все основные контуры управления. В силу того, что каждый менеджер, предприниматель, бизнесмен регулярно сталкивается с чем-то новым, происходит частая корректировка планов и задач. По мере продвижения к заветной цели и развития ситуации постоянно требуется интеграция дополнительных людей и других ресурсов. Кроме того, в условиях постоянно изменяющейся внешней

среды отсутствует отработанный набор регулярных операций, складывающих основу бизнеса. Поэтому системы регулярного менеджмента не могут применяться для эффективного управления подобными процессами. Оптимальным выбором для организации бизнеса является использование таких методов управления, которые многократно доказали свою эффективность в подобных ситуациях.

Попытка создать и применить все современные элементы полноценной классической системы менеджмента на ранних стадиях зарождения и развития организации в условиях отсутствия адекватных ресурсов и функционирующей модели бизнеса также приведет к провалу. На этапе создания организации корпоративная культура формируется стихийно, что отражается, в частности, на том, как ее создатели подбирают персонал. Но когда организация разрастается, харизмы владельцев или руководителей уже недостаточно для того, чтобы объединить коллектив. Они не успевают общаться лично с каждым сотрудником, и нужен фильтр для приема новых людей лояльных компании. В этих условиях для сотрудников нет ясных ориентиров: что они должны делать, за что отвечать, с кем и как взаимодействовать, какова их роль в организации.

Изменение корпоративной культуры можно рассматривать как мощный стратегический инструмент, позволяющий эффективно использовать человеческие ресурсы организации для реализации ее стратегии; повысить уровень управляемости организацией; усилить сплоченность команды; использовать как стратегический мотивирующий фактор, направляющий сотрудников на достижение целей организации.

МАКРОУРОВЕНЬ

Экономическая политика: стратегия и тактика

УДК 336.648

И. И. Можанова*

**Можанова Ирина Ивановна, кандидат экономических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
kaf_fin@tolgas.ru*

М. Д. Костин*

**Костин Максим Дмитриевич, студент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
romar01@yandex.ru*

А. А. Удалов*

**Удалов Андрей Александрович, студент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
audalov2014@yandex.ru*

КРАУДФАНДИНГ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ФОРМА ФИНАНСИРОВАНИЯ

Ключевые слова: краудфандинг, краудинвестинг, краудлендинг, роялти, народное кредитование, акционерный краудфандинг.

Представлено исследование такой инновационной формы финансирования коммерческих и некоммерческих организаций, как краудфандинг. Определены основные виды и формы привлечения финансовых ресурсов, в том числе краудинвестинг и краудлендинг. Рассмотрены особенности развития рынка краудфандинга на примере краудлендинговых платформ. Выявлены основные проблемы функционирования модели краудлендинга в условиях российской экономики.

Целью статьи является изучение нового для Российской Федерации метода привлечения инвестиций как в малые предприятия, так и в некоммерческие организации. В процессе исследования были использованы метод наблюдения, монографический метод и методы сравнения и обобщения. Результатом работы является определение ряда проблем, решение которых необходимо для развития краудплатформ на российском экономическом поле. Практическая значимость работы состоит в том, что она вносит определенный вклад в развитие модели краудфандинга для привлечения финансовых средств в малые предприятия и стартапы, творческие и научные проекты, коммерческие и некоммерческие организации. Область применения для полученных результатов определяется возможностью использования данного материала для организации и проведения дальнейших научных и методологических исследований в области использования инновационных форм финансирования.

В настоящее время для создания организаций (коммерческих и некоммерческих), строительства какого-либо производства, возведения культурных объектов, а также для проведения благотворительных акций требуются огромные суммы финансовых вложений. Реализация данных направлений чаще всего возможна только с привлечением средств от сторонних инвесторов, например при помощи такой бизнес-модели, как краудфандинг.

Краудфандинг – это процесс по привлечению финансовых и иных ресурсов от лиц, которые объединяются вместе, как правило, через Интернет для поддержки целей других людей или организаций, например сбор средств как для участия в благотворительных акциях, политических и социальных

кампаниях, так и для финансирования малого предпринимательства, стартап-компаний [1].

Термин «краудфандинг» появился ещё в июне 2006 года в статье журнала Wired, автором которой является Джефф Хау [4]. Однако стоит отметить, что само явление возникло гораздо раньше. Ярким примером коллективного финансирования, основанного на благотворительных пожертвованиях, являются такие культурные объекты, как американская статуя Свободы, статуя Иисуса в Рио-де-Жанейро, а также храм Христа Спасителя в Москве.

Для исследования способов привлечения средств с помощью краудфандинга необходимо выделить его основные виды (рис. 1) [20].



Рис. 1. Виды краудфандинга

Привлечение средств с отсутствием ответного вознаграждения представляет собой добровольные акты пожертвования без каких-либо обязательств для получателя. Чаще всего данная модель применяется в социальных, медицинских и экологических проектах (например, акция «Подари праздник детям» – организация новогоднего утренника для детей-сирот; акции, проводимые Русфондом, – адресная помощь тяжелобольным детям; экологический фонд «Амурский тигр»). Наиболее известные платформы, позволяющие привлекать благотворительные взносы [21]:

1. Dobro.mail.ru – российская система привлечения пожертвований.
2. Betterplace.org/de – немецкая платформа.
3. Respect.net – платформа безвозмездного привлечения средств из Австрии.

Следующий вид привлечения инвестиций в краудфандинге предусматривает нефинансовое вознаграждение. Его характерной чертой является получение спонсорами вознаграждения в виде различных бонусов за их материальную поддержку. Например, это может быть упоминание имени в титрах кинофильма или на обложке музыкального альбома [3]. Другой вариант – предоставление спонсору первого образца произведенной продукции или возможность участия в предзаказе товара по сниженной цене. Одним из самых успешных проектов, работающих по принципу нефинансового вознаграждения, является платформа Kickstarter (сайт, осуществляющий привлечение денежных средств посредством добровольных пожертвований пользователей для различных стартапов и проектов: творческих, научных, производственных) [2].

Последним видом краудфандинга является краудинвестинг – процесс привлечения широкого круга заинтересованных инвесторов посредством

Интернета для финансирования коммерческих проектов с последующим получением финансового вознаграждения. Таким образом, отличительной чертой краудинвестинга является получение финансовой выгоды инвестором.

Выделяют три формы краудинвестинга:

- роялти;
- народное кредитование;
- акционерный краудфандинг.

Такая форма краудинвестинга, как роялти, подразумевает участие инвестора в финансируемом проекте, однако в отличие от нефинансового вознаграждения спонсор планирует получить доход в виде прибыли от запланированного проекта или свою долю от генерируемого проектом заработка. Стоит отметить, что такая форма краудинвестинга не предусматривает на стадии финансирования каких-то конкретных размеров прибыли инвестора.

Народное кредитование – это форма краудинвестинга, имеющая собственное название – краудлендинг. Она подразумевает финансирование физическими лицами как населения в виде таких же физических лиц, так и инвестиции в организации, имеющие статус юридических лиц, посредством предоставления кредитов. Этот процесс также осуществляется на основе интернет-платформы с полной и открытой информацией о заемщике. Краудлендинг для физических лиц четко регламентирует отношения между инвесторами и заемщиками, а интернет-платформа в данной ситуации выступает одновременно и посредником между ними, и гарантом сделки. Краудлендингу свойственны такие отличительные черты, как [12]:

- максимально оперативное и простое получение денежных средств заемщиком, в случае если он соответствует всем условиям инвестора;

– огромное количество отраслей деятельности с появлением краудлендинга получили возможность привлечь финансовые ресурсы, в особенности те заемщики, которые исходя из специфики своего бизнеса не могли рассчитывать на банковскую ссуду;

– документальное оформление всех условий кредитного договора на основе действующего законодательства – как в период начала и завершения сделки, так и план возврата задолженности.

Стоит отметить, что количество платформ, которые кредитуют только юридических лиц, гораздо меньше, но объем средств, аккумулируемых такими платформами, довольно значителен. Так, на рынке Великобритании лидирует платформа Funding Circle, сумевшая выдать кредитов на сумму свыше четверти миллиарда долларов от физических лиц [12].

Кредитование физических лиц может иметь форму народного кредитования либо форму кредитования P2P. В последнем случае заемщик на краудлендинговой платформе имеет дело напрямую с кредитором, а не с кредитной интернет-фирмой.

Частным случаем народного кредитования является модель социального кредитования, для которого характерны номинальные проценты по кредиту либо полное их отсутствие. Основное назначение социальных кредитов – помощь нуждающимся слоям населения, прежде всего в развивающихся странах. Крупнейший представитель данной модели – американская платформа KIVA, выдавшая на данный момент кредитов на сумму, превышающую полмиллиарда долларов [18].

И последняя форма краудинвестинга – это акционерный краудфандинг, который в качестве финансового вознаграждения инвестора предполагает такие формы, как:

- передача спонсору определенной доли активов предприятия-заемщика;
- выделение акций организации-заемщика;

– выплата части прибыли от деятельности фирмы в виде дивидендов по акциям.

Таким образом, можно сделать вывод, что акционерный краудинвестинг подобен традиционному микроинвестированию, только осуществляется он уже через различные интернет-платформы, содержащие всю необходимую информацию о заемщике, его проекте, а также о заинтересовавшихся им инвесторах, – физическим лицом либо пулом физических лиц. Примером акционерного краудфандинга является британский проект Seedrs, позволяющий участвовать в его инвестировании с получением в дальнейшем доли данного бизнеса в свою собственность.

Рассматривая инновационные формы финансирования в рамках краудфандинговой модели, необходимо отметить, что всё большая распространенность краудэкономики в мире привела к резкому развитию краудфандинговой модели в Российской Федерации. Наибольшим потенциалом для отечественной экономики, как мы считаем, обладает народное кредитование (краудлендинг).

Российский рынок краудлендинга в настоящий момент пребывает на стадии формирования. Согласно аналитикам, его годовой объем насчитывает более 12,5 миллионов долларов США, или свыше 800 миллионов рублей [16]. Оборот рынка в 2012 году по сравнению с 2011 годом увеличился на 42%. А в 2013 году рост составил всего 3%. За последние три года рост рынка составил почти 18%, что объясняется как появлением новых платформ для народного кредитования и увеличением инвесторов на них, так и активным ростом общего числа пользователей во Всемирной паутине [10].

Среди российских интернет-площадок краудлендинга наиболее популярны – «ВДолг.Ру», система Webmoney Transfer, а также «Город денег», Credberry, Fingoroо и Loanberry. Рассмотрим среднюю сумму кредита на данных платформах, размер ставок для всех заемщиков и для заемщиков с хорошей кредитной историей (табл. 1) [14].

Таблица 1

Размер кредита и процентная ставка «ВДолг.Ру», «Город денег» и Loanberry на начало 2015 года

Интернет-площадки	Средняя сумма кредита, руб.	Средняя процентная ставка	Процентная ставка для заемщиков с хорошей кредитной историей	Срок кредита
«ВДолг.Ру»	60000 руб.	32-35% годовых	12-15% годовых	Не ограничен
«Город денег»	От 100000 до 3000000 руб.	20-35% годовых	20-35% годовых	От 1 месяца до 3 лет
Loanberry	100000 руб.	30% годовых	9-15% годовых	До 12 месяцев

По табл. 1 можно сделать вывод, что средняя сумма кредита на российских интернет-площадках краудлендинга составляет около 100000 рублей;

средняя процентная ставка равна 20-35% годовых. Однако при наличии хорошей кредитной истории возможно снижение процентной ставки до 9-15% в

год. Появление такого инструмента в национальной экономике России фактически должно было стать революционным открытием для отечественного предпринимательского сообщества, однако вместо этого «российскому краудлендингу» довелось столкнуться с рядом проблем [13]:

– Во-первых, отечественные предприниматели в большинстве своём оказались не готовы к развитию данного явления, поскольку совершенно не представляют, что такое краудинвестинг и какими преимуществами он обладает для их бизнеса.

– Во-вторых, в России имеется тотальная финансовая безграмотность населения и, соответственно, отсутствие навыков обращения с заемными финансовыми и инвестиционными ресурсами, бездумное планирование бизнеса. Представители малого бизнеса также не готовы использовать систему интернет-кредитования практически до тех пор, пока не окажутся на грани банкротства.

– В-третьих, немаловажно, что российские банки сейчас считают краудлендинговые платформы своими конкурентами, хотя это совершенно неправильно. Кредитные организации, взаимодействуя с краудлендингом, тем самым могут создать базу для развития малого бизнеса. Например, в ситуации, когда банк отказал заемщику в кредите, он имел бы возможность предложить такому клиенту альтерна-

тивный вариант для развития его бизнеса – краудлендинг, выступая в данной цепочке посредником и повышая, таким образом, собственную привлекательность. А когда инвестиционный проект наберет около 50% суммы, риск выдачи кредита ощутимо снизится, следовательно, банк сумеет профинансировать оставшуюся половину суммы, обеспечив этим развитие собственных активных операций. Пассивные же операции при сотрудничестве с краудлендинговой платформой поспособствовали бы появлению дополнительных финансов, которые можно продуктивно использовать.

В краткосрочной перспективе рынок краудлендинга будет расти дальше, но в Российской Федерации данная бизнес-модель лишь формируется и, согласно прогнозам J'son&Partners, общая сумма выданных денег к 2018 году средств составит свыше 500 миллионов долларов [13]. Таким образом, при имеющихся экономических сложностях в России, в период кризиса привлечения инвестиций из-за границы, высоких ставок по займам и кредитам и массовых отказов банков кредитовать рискованные проекты финансирование через платформы краудфандинга и инвестирование проектов краудлендинга для многих может стать самым доступным либо, возможно даже единственным способом финансовых инвестиций.

Список литературы

1. Chugreyev V. L. Crowdfunding – a social technology of collective financing: foreign experience of application // *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*. – 2013. – № 4. – P. 171-176.
2. Funded Projects. – URL: <https://www.kickstarter.com/help/stats> (дата обращения: 07.09.2016).
3. Galuszka P., Bystrov V. Crowdfunding: A Case Study of a New Model of Financing Music Production // *Journal of Internet Commerce*. – 2014. – №. 3-4. – Т. 13. – P. 233-252.
4. Howe J. The Rise of Crowdsourcing // *Wired Magazine*. 2006. Vol. 14, is. 6. – P. 1-4.
5. Kirby E., Worner Sh. Crowd-funding: An Infant Industry Growing Fast // *IOSCO Research Department*. – 2014.
6. Leimeister J. M. Collective Intelligence // *Business & Information Systems Engineering*. – 2010. Vol. 4, is. 2. – P. 245-248.
7. Meyskens M., Bird L. Crowdfunding and value creation // *Entrepreneurship Research Journal*. 2015. Vol. 5. Iss. 2. – P. 155-166.
8. Schwienbacher A., Larralde B. Crowdfunding of small entrepreneurial ventures // *Handbook of entrepreneurial finance*, Oxford University Press, Forthcoming. – 2010.
9. Быкова О. Н., Профатилов Д. А. Инструменты реализации инновационных проектов // *Проблемы современной экономики*. – 2014. – № 3 (51). – С. 38-41.
10. Василенко Т. А. Особенности развития краудлендинга в России // *Символ науки*. – 2015. – № 5. – С. 90-94.
11. Воробьева О. И., Миньков С. Л. Краудфандинг: интернет-сервис народного финансирования // *Современные наукоемкие технологии*. – 2014. – № 5-2. – С. 66-68.
12. Киевич А. В., Койпаш Д. А. Краудинвестинг как альтернативная модель финансирования инвестиционного проекта // *Экономика и банки*. – 2016. – № 1. – С. 58-65.
13. Киселева Д. А., Фоканова Е. А. Краудинвестинг как источник финансирования малого бизнеса в условиях экономического кризиса // *Science Time*. – 2015. – № 11 (23). – С. 246-250.
14. Кредит из рук в руки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/daytheme/?id=7548180> (дата обращения 18.09.2016).
15. Копасовская Н. Г. Анализ тенденций краудфандинга технологических проектов // *Вестник НГТУ им. П. Е. Алексеева. Серия «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии»*. – 2014. – № 2. – С. 39-44.

16. Обзор российского и мирового рынков краудлендинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://inforamket.ru> (дата обращения 21.09.2016).
17. Позднякова С. В. Краудфандинг в социальном предпринимательстве // Ученые записки Тамбовского отделения РoСМУ. – 2015. – № 4. – С. 204-209.
18. Санин М. К. История развития краудфандинга. Классификация видов. Анализ перспектив развития и преимуществ // Экономика и экологический менеджмент. – 2015. – № 4. – С. 57-63.
19. Тесленко И. Б., Вахромеев Н. Е. Краудфандинг в системе межсекторного партнерства // Вестник ГУУ. – 2014. – № 15. – С. 193-201.
20. Что такое краудфандинг? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdfunding (дата обращения 04.09.2016).
21. Юрченко А. А., Кузнецова В. А. Краудфандинг – новый способ финансирования // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2015. – Т. 2. – С. 830-832.
-

I. I. Mozhanova*

**Mozhanova Irina, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti*
kaf_fin@tolgas.ru

M. D. Kostin*

**Kostin Maxim, student of Volga Region State University of Service, Togliatti*
romar01@yandex.ru

A. A. Udalov*

**Udalov Andrey, student of Volga Region State University of Service, Togliatti*
audalov2014@yandex.ru

CROWDFUNDING AS INNOVATIVE FORM OF FINANCING

Keywords: crowdfunding, investment crowdfunding, crowdlending, royalty, loans based on crowdlending, equity crowdfunding.

The article features the study of such innovative forms of financing for commercial and non-profit organizations as crowdfunding. The authors determined the main types and forms of attracting financial resources, including investment crowdfunding and crowdlending, and considered development peculiarities of crowdfunding market by the example of crowdlending platforms. Besides, the research identified the basic problems of functioning of crowdlending model in conditions of Russian economy.

The purpose of this article is to explore a new method of attracting investments in small businesses and non-profit organizations of the Russian Federation. The study used observation method, monographic method, as well as methods of comparison and synthesis. The result of this work is identification of the problems to be solved for the successful development of crowdlending platforms in the Russian economy. The practical significance of this research lies in the fact that it contributes to the development of the crowdfunding model of raising funds for small businesses and start-ups, creative and research projects, commercial and non-profit organizations. The obtained results may be used for the organization and conduct of further scientific and methodological studies of innovative forms of financing.

© Можанова И. И., Костин М. Д., Удалов А. А., 2016

Государственное управление

УДК 339.5; 338.465.2

П. В. Корчагин*

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

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

kaf_eio@tolgas.ru

К ВОПРОСУ ОБ ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ ТАМОЖЕННЫМИ ОРГАНАМИ

Ключевые слова: эффективность, государственные услуги, эффективность таможенного дела.

Эффективность деятельности государственных органов определяет качество не только отдельных государственных услуг, предоставляемых по запросу различным организациям и гражданам, но и услуг, предоставляемых обществу в целом, создавшему институт государства как способ своей самоорганизации, а государственные органы – как элементы этого института, предоставляющие обществу услуги по управлению им.

Таможенные органы играют важную роль в деятельности государства, являясь основным инструментом регулирования внешнеэкономической деятельности (ВЭД), обеспечения соблюдения прав участвующих в ней лиц и организаций, а также пополнения доходной части федерального бюджета Российской Федерации (РФ), позволяющего реализовывать стоящие перед государством цели и задачи.

Особое значение имеет экономическая деятельность таможенных органов, заключающаяся в обеспечении собираемости таможенных платежей в целях пополнения доходной части бюджета РФ, а также поддержки конкуренции в сфере ВЭД, то есть содействия внешней торговле. Успех деятельности таможенных органов определяется множеством факторов, существенное место среди которых занимает эффективное управление ими. При этом грамотное и последовательное претворение управленческих решений в жизнь невозможно без оценки эффективности текущей деятельности таможенных органов, позволяющей определить, насколько правильно руководством выбраны направления их работы и каковы приносимые ею результаты.

Значительные размеры государственной и таможенной территории РФ, удаленность отдельных таможенных органов от центрального органа, наличие выраженной региональной специфики ВЭД определяют необходимость существования всех структурных элементов системы таможенной службы. Экономическая деятельность таможенных органов обеспечивает исполнение экономических целей и задач, поставленных обществом в лице государства перед таможенной службой России.

Совершенствование теоретической базы, разработка инструментария оценки эффективности деятельности таможенных органов являются актуальными для совершенствования государственного управления внешнеэкономическим сектором национальной экономики, а также для обеспечения деятельности государственного аппарата, поскольку позволяют указанной эффективностью управлять и, следовательно, повысить качество услуг, предоставляемых обществу таможенными органами. В то же время вопросы оценки эффективности деятельности некоммерческих организаций, государственных органов, в частности таможенных, изучены в меньшей степени.

Деятельность таможенных органов не направлена на извлечение прибыли, а, равно как деятельность основной массы органов исполнительной власти, направлена на качественное и своевременное выполнение возложенных на них функций, которые, как правило, сложно выразить в цифровых показателях и оценках. Вообще, развитие органов исполнительной власти является одной из самых актуальных тем в теоретическом плане. Причем выделяются две наиболее важные проблемы современности в управлении органами исполнительной власти: проблема эффективности как основной вопрос в организационном анализе; проблема осуществления системных изменений в государственных

организациях или проблема организационного развития [8]. С определенной точки зрения данную проблему можно считать именно проблемой результативности.

Эффективность таможенного дела – вопрос проблемный как в научном, так и в практическом аспекте. Таможенная деятельность является специфическим видом государственной деятельности, связанной с формированием и реализацией государственной таможенной политики, обеспечением соблюдения таможенного законодательства и созданием условий для развития внешней торговли [22].

Эффективность таможенной деятельности следует понимать как меру, которая характеризуется достижением результата либо цели таможенной деятельности или степенью приближения к ней. Действенность таможенной деятельности опреде-

ляется значениями показателей, отражающих достигнутый итоговый результат труда.

Структуру понятия «эффективность таможенного дела» можно представить, как показано на рис. 1.

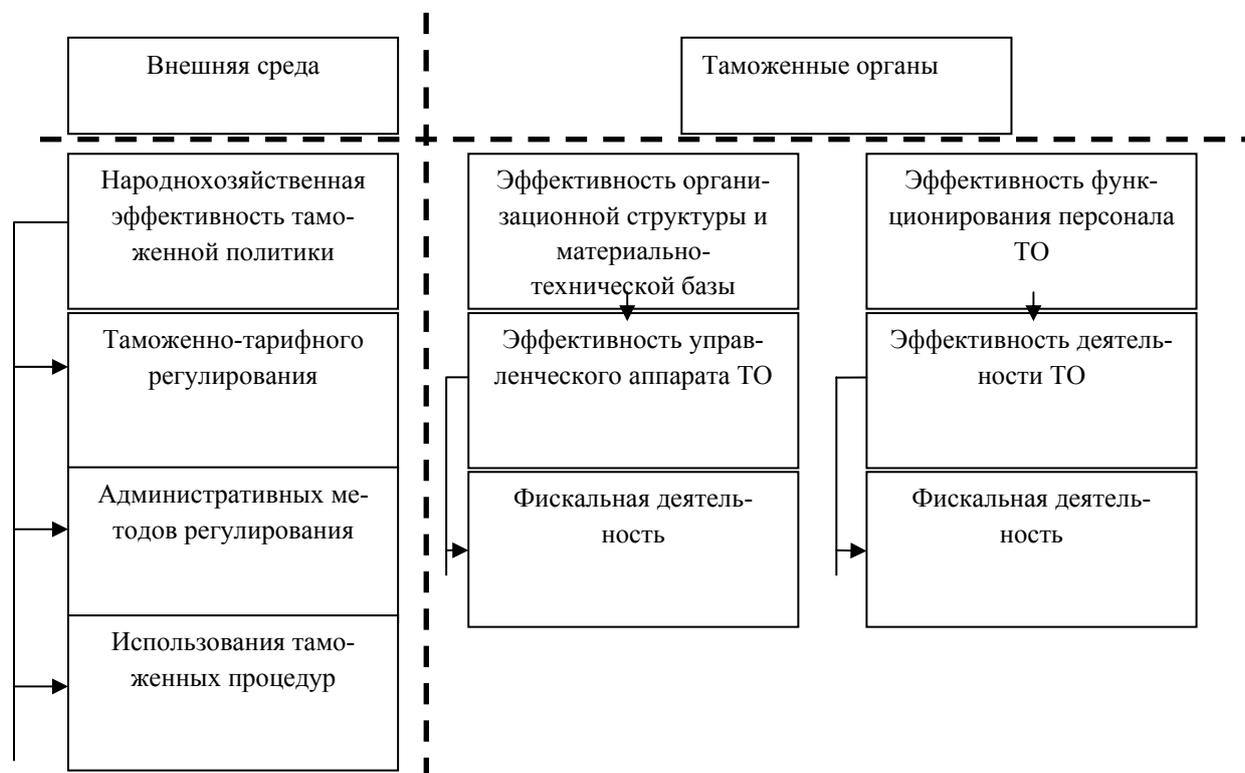


Рис. 1. Архитектура понятия «эффективность таможенного дела»

Определение эффективности таможенного дела в условиях модернизации таможенной службы, интеграции России в международное экономическое пространство, унификации таможенных процедур является одним из наиболее значимых моментов. В экономической науке вопросам эффективности посвящено немало исследований. В классическом понимании эффективность – это отношение результатов к затратам. При этом эффективность таможенного дела является наименее изученным экономическим явлением. Это обусловлено целым рядом трудностей. Одним из наиболее значимых моментов является отсутствие однозначных подходов к критериям эффективности таможенного дела.

Научный поиск оптимального решения в области оценки эффективности деятельности таможенных органов затрудняется рядом объективных факторов и условий:

1. Во-первых, это связано с процессами формирования в стране рыночной экономики и интегрирования России в мировое хозяйство. По существу, формируется новая экономическая система.

2. Во-вторых, создаются новые таможенные пространства на базе территорий государств-

участников СНГ, Таможенного союза, свободных экономических зон и т. д. У таможенных органов, которые действуют на этих территориях, появляются новые цели, задачи и функции.

3. В-третьих, ускоренная организация структур управления, создание многоуровневого управления, «перестраивание» зон таможенного влияния в таможенной системе опережала прогресс разграничения полномочий таможенных органов, а следовательно, их целей, задач и функций. Отсюда многие методики по оценке деятельности таможенных органов делались ранее морально устаревшими и неэффективными.

4. В-четвертых, вхождение России во Всемирную торговую организацию (ВТО) поставило перед таможенным делом РФ серьезную проблему пересмотра соотношений фискальной и правовой функций. Одним из рекомендательных требований этих организаций является тот факт, что страна-участник ВТО не может брать таможенных налогов больше, чем таможенная служба расходует на свое содержание.

Есть и концептуальные проблемы отнесения таможенной деятельности к той или иной сфере (табл. 1).

Варианты отнесения таможенной деятельности к той или иной сфере

№ п/п	Сфера отнесения таможенной деятельности	Обоснование подхода	Вид эффективности таможенной деятельности
1	2	3	4
1	Управленческая деятельность	ФТС – орган исполнительной власти, таможня для государства	Эффективность в сфере управления
2	Производственная сфера	Формирование федерального бюджета	Экономическая эффективность
3	Сфера услуг	Таможня для участника ВЭД	Эффективность предоставления таможенных услуг

Таможня является связующим звеном между государством и бизнес-сообществом. Если рассматривать эффективность таможенного дела с позиций участника внешнеэкономической деятельности, то необходимо обратить внимание на такой показатель, как скорость выпуска таможенной декларации. В этом случае возникает вопрос, что понимать под затратами. С количественной стороны это [9]:

- стоимость работы таможенного инспектора по оформлению одной таможенной декларации (ТД);
- стоимость услуг таможенного брокера;
- стоимость по хранению груза.

При определении эффективности таможенного дела с позиций государства имеются свои особенности. Здесь необходимо рассматривать эффективность каждого направления деятельности таможенного органа в отдельности. В таможенном деле система управления характеризуется финансовыми, материальными, трудовыми, временными и другими затратами.

Эффективность управления характеризует степень успешности функционирования системы в достижении целей. Поскольку цели могут быть разными – экономическими, организационными, правовыми, финансовыми или психологическими, существует несколько подходов к определению эффективности деятельности таможенных органов.

Для одних исследователей подход основывается на том, что оценка результатов работы должна определяться с помощью дифференциации расчетных показателей и применения жесткого математического инструментария.

Другие специалисты считают, что необходимо применить наиболее синтезированные показатели, например объем задач или потенциал таможенных органов на базе таможенной среднерасчетной задачи.

Третьи считают, что из всех возможных единых критериев оценки деятельности таможенных органов наиболее предпочтительным является средний «доход» в единицу времени, взимаемый таможенными органами с клиента.

Существует также мнение о дифференцированном подходе к оценке эффективности деятельности разных уровней управления и типов таможенных органов.

Есть и другие мнения, увязывающие таможенную деятельность и ее оценку с наукой об управлении информационными, материальными и др. потоками в больших системах или теорией массового обслуживания.

Наконец, существует также точка зрения о том, что для таможенной деятельности нельзя планировать отдельные показатели, поэтому трудно говорить о полноте оценки ее эффективности.

Таможенные органы выполняют следующие основные функции [5]:

1) осуществляют таможенное оформление и таможенный контроль, создают условия, способствующие ускорению товарооборота через таможенную границу;

2) взимают таможенные пошлины, налоги, антидемпинговые, специальные и компенсационные пошлины, таможенные сборы, контролируют правильность исчисления и своевременность уплаты указанных пошлин, налогов и сборов, принимают меры по их принудительному взысканию;

3) обеспечивают соблюдение порядка перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу;

4) обеспечивают соблюдение установленных в соответствии с законодательством Российской Федерации о государственном регулировании внешнеторговой деятельности и международными договорами Российской Федерации запретов и ограничений в отношении товаров, перемещаемых через таможенную границу;

5) обеспечивают в пределах своей компетенции защиту прав интеллектуальной собственности;

6) ведут борьбу с контрабандой и иными преступлениями, административными правонарушениями в сфере таможенного дела, пресекают незаконный оборот через таможенную границу наркотических средств, оружия, культурных ценностей, радиоактивных веществ, видов животных и расте-

ний, находящихся под угрозой исчезновения, их частей и дериватов, объектов интеллектуальной собственности, других товаров, а также оказывают содействие в борьбе с международным терроризмом и пресечении незаконного вмешательства в аэропортах Российской Федерации в деятельность международной гражданской авиации;

7) осуществляют в пределах своей компетенции контроль за валютными операциями резидентов и нерезидентов, связанными с перемещением товаров и транспортных средств через таможенную границу, в соответствии с валютным законодательством Российской Федерации и принятыми в соответствии с ним нормативными правовыми актами органов валютного регулирования;

8) ведут таможенную статистику внешней торговли;

9) обеспечивают выполнение международных обязательств Российской Федерации в части, касающейся таможенного дела, осуществляют со-

трудничество с таможенными и иными компетентными органами иностранных государств, международными организациями, занимающимися вопросами таможенного дела;

10) осуществляют информирование и консультирование в области таможенного дела, обеспечивают в установленном порядке государственные органы, организации и граждан информацией по таможенным вопросам;

11) проводят научно-исследовательские работы в области таможенного дела.

В связи с этим мы считаем, что оценку эффективности таможенного дела необходимо проводить с использованием интегрального показателя, учитывающего показатели по каждому из перечисленных направлений. Реализация данной цели требует пересмотра организационно-методических инструментов в научных исследованиях, что предполагает проведение модернизации всей научной деятельности в таможенной системе.

Список литературы

1. Алексеев И. С. Внешнеэкономическая деятельность : учеб. пособие. – М. : Дашков и К^о, 2011. – 304 с.
2. Андриашин Х. А. Таможенное право : учебник / Х. А. Андриашин, В. Г. Свинухов, В. В. Балакин. – М. : Магистр, 2010. – 367 с.
3. Анохина О. Г. Комментарий к Таможенному кодексу Таможенного союза : комментарий. – М. : Проспект, 2011. – 448 с.
4. Арустамов Э. А. Внешнеэкономическая деятельность : учебник / Э. А. Арустамов, Р. С. Андреева. – М. : КноРус, 2011. – 168 с.
5. Бакаева О. Ю. Правовое регулирование финансовой деятельности таможенных органов Российской Федерации : дис. ... докт. юр. наук : 12.00.14. – Саратов, 2011. – 482 с.
6. Богомолова А. А. Таможенное право : учеб. пособие. – М. : Юрайт, 2012. – 176 с.
7. Бондаренко Н. П. Таможенно-тарифное регулирование ВЭД : учеб. пособие. – Ростов н/Д : Изд. центр «МарТ», 2010. – 240 с.
8. Вологдин А. А. Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности : учеб. пособие. – М. : Юрайт, 2011. – 432 с.
9. Галкин В. В. Экономика таможенного дела : учеб. пособие для вузов / В. В. Галкин, М. Б. Реджепов, Н. П. Шанидзе. – Воронеж : ЦНТИ, 2010. – 122 с.
10. Гварлиани Т. Е. Налогообложение и таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности : учеб. пособие. – М. : Финансы и статистика, 2010. – 288 с.
11. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 2 (от 22.12.1995 г.) [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс».
12. Коник Н. В. Таможенное дело : учеб. пособие / Н. В. Коник, Е. В. Невешкина. – М. : Омега-Л, 2011. – 208 с.
13. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 г. [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс».
14. Кузьмова Ю. С. Таможенные правоотношения и нормы таможенного права Таможенного союза. Тарифное регулирование : учеб. пособие / Ю. С. Кузьмова, Н. А. Степура. – СПб. : ГОУ ВПО «СПбГУ ИТМО», 2011. – 45 с.
15. О контрольных и аналитических показателях эффективности деятельности региональных таможенных управлений и таможен, непосредственно подчиненных ФТС России, на 2010 год : приказ ФТС России от 29.03.2010 № 625.
16. О Концепции развития таможенных органов Российской Федерации [Электронный ресурс] : распоряжение Правительства РФ от 14.12.2005 № 2225-р. – URL: <http://www.consultant.ru>
17. О таможенном регулировании в Российской Федерации : федер. закон от 27.11.2010 г. № 311-ФЗ (в ред. от 06.04.2015) [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс».

18. О Федеральной таможенной службе : положение (утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 16 сентября 2013 г. № 809) [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс».

19. Об утверждении методики проведения анализа и оценки деятельности таможенных органов Российской Федерации [Электронный ресурс] : приказ ГТК РФ от 27.11.2009 № 18. – URL: <http://www.consultant.ru>

20. Официальный сайт Федеральной таможенной службы России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customs.ru>

21. Проблемы определения эффективности таможенного дела [Электронный ресурс]. – <http://www.science.ncstu.ru>

22. Пятов А. А. Направления совершенствования оценки эффективности деятельности органов таможенной службы // Экономика и управление. – 2009. – № 3. – С. 11.

P. V. Korchagin*

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

ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF PUBLIC SERVICES PROVIDED BY CUSTOMS AUTHORITIES

Keywords: efficiency, public services, efficiency of customs.

Effectiveness of the activities of state authorities determines not only the quality of public services, provided upon request to various organizations and individuals, but also the services provided to the society as a whole, for the society created the institute of the state as a way of self-organization, and the public authorities as elements of this institute, providing administration services to the society.

Customs authorities play an important role in the activities of the state, being the main instrument of regulation of foreign economic activity (FEA), providing the observance of the rights of participating parties and organizations, as well as forming the profit of the federal budget of the Russian Federation (RF). This allows the state to carry out its goals and objectives.

Particular importance is given to the economic activity of customs authorities, as it ensures collection of customs duties, which, in turn, forms the income of the federal budget. Besides, it supports competition in foreign economic activity, and thus promotes foreign trade. Successful activity of customs bodies is determined by many factors, including their effective management. At the same time, competent and consistent implementation of administrative decisions is impossible without evaluation of the effectiveness of current activities of customs authorities. This helps to determine how well the managers have chosen the work directions, and to assess the achieved results.

Significant size of the state and customs territory of the Russian Federation, the remoteness of certain customs authorities from the central body, as well as regional peculiarities of foreign economic activity determine the need for the existence of all structural elements of the customs service system. Economic activity of customs authorities ensures the implementation of economic goals and objectives of Customs Service of Russia, set by the society, represented by the state.

Enhancement of the theoretical framework and development of instruments for assessing performance of the customs authorities are important for improvement of state control over the external sector of the national economy. It is also necessary for the operation of the state apparatus, as this guarantees effective management and, consequently, improvement of the quality of services, provided to society by the customs authorities. At the same time, the issues of assessing the effectiveness of non-profit organizations and government bodies (in particular, customs) haven't been studied to a full extent.

© Корчагин П. В., 2016

УДК 334

О. Н. Колодина***Колодина Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, ст. преподаватель**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти**kaf_manager@tolgas.ru*

УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ, УЧАСТНИКА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, С ТАМОЖЕННЫМИ ОРГАНАМИ НА ОСНОВЕ ВЫБОРА ОПТИМАЛЬНОЙ МОДЕЛИ

Ключевые слова: взаимодействие, таможенные органы, участник внешнеэкономической деятельности, таможенный представитель, управление.

Активная интеграция России в международную систему мирохозяйственных связей, вступление во Всемирную торговую организацию изменяют институциональные условия осуществления внешнеэкономической деятельности, и в частности основы организации таможенного оформления товаров. Это меняет основные принципы взаимодействия субъектов таможенных правоотношений, что, в свою очередь, изменяет подходы участников внешнеэкономической деятельности к таможенной очистке товаров. В то же время увеличение масштабов внешнеэкономической деятельности ведет к увеличению рисков нарушения таможенного законодательства, вызывая рост объема информационной нагрузки на таможенные органы и участников ВЭД, существенно усложняя принятие решений при осуществлении таможенных операций. В результате возникают противоречия между требуемым и существующим уровнем качества деятельности по осуществлению таможенного оформления, что приводит к актуализации вопроса выбора оптимальной модели взаимодействия предприятия с таможенными органами. В статье представлен анализ основных моделей взаимодействия таможенных органов и участников внешнеэкономической деятельности в процессе таможенного оформления товаров. Сделаны выводы о направлениях развития взаимодействия организаций в сфере внешнеэкономической деятельности и предложена система показателей для оценки эффективности привлечения таможенных представителей.

Нестабильность и динамичность экономических и политических факторов внешней среды предприятий, участников внешнеэкономической деятельности, определяют актуальность решения вопросов, возникающих в процессе таможенного сопровождения экспортно-импортных операций. Методология взаимодействия предприятия с таможенными органами базируется на использовании прямого или косвенного методов осуществления экспортно-импортных операций, т. е. с участием посреднического звена. Прямой канал товародвижения в таможенной сфере основывается на применении так называемого первого механизма [4] взаимодействия участника внешнеэкономической деятельности с таможенными органами, примером может служить следующая схема перемещения внешнеторговых товарных потоков: поставщик – таможенный орган – покупатель. Косвенный метод в таможенной сфере в осуществлении внешнеторговой сделки предполагает взаимодействие участников внешнеэкономической деятельности с таможенными органами с помощью института таможенных представителей или транспортно-логистических комплексов, специализирующихся на данном виде деятельности.

По своей сути деятельность профессиональных посредников в сфере таможенного дела (таможенных представителей, транспортно-логистических комплексов, владельцев складов временного хранения, таможенных перевозчиков и др.) носит специфический и сложно организованный характер. Это связано с несовершенством и сложностью российского таможенного законодательства и вариации правоприменительной практики, непрозрачностью таможенного администрирования со стороны таможенных органов и волонтаристским характером принятия ими решений (несмотря на реформы, проводимые в последние десятилетия). Во-вторых, таможенное оформление или таможенная очистка является высокорисковой и высокзатратной процедурой: как показывает практика, при осуществлении крупных внешнеторговых операций разница в издержках при применении различных схем может быть весьма значительной.

Изложенные обстоятельства проясняют, почему основная масса участников внешнеэкономической деятельности, как правило, предпочитает пользоваться услугами таможенных представителей для осуществления таможенного оформления и концентрироваться на самой внешнеэкономической деятельности, которая имеет множество нюансов,

является непростой как с точки зрения правовой регламентации, так и с организационной точки зрения.

Из анализа таможенно-правовых норм следует, что таможенный представитель на основании гражданско-правового договора действует от имени и по поручению декларанта или иного заинтересованного лица. Экономический анализ аутсорсингового обслуживания, осуществляемого таможенным представителем, показывает, что он должен отстаивать в таможенных органах интересы представляемых им лиц. Соблюдение их законных интересов, выражающихся в минимизации материальных и временных издержек таможенного оформления, – его миссия в таможенном деле. А. Б. Новиков писал: «Идеальной целью таких услуг является оказание помощи клиенту по соблюдению таможенного законодательства при минимальных затратах времени и финансовых средств на проведение таможенных операций и повышение эффективности таможенного контроля за счёт профессиональных действий таможенного брокера при организации и проведении таможенных операций» [13]. Именно за такие, приносящие выгоду представляемым лицам услуги таможенный представитель получает своё обусловленное договором вознаграждение.

С другой стороны, функционирование института таможенного представительства отвечает не только частным, но и публичным интересам. С позиции государственных интересов формирование и функционирование института таможенных представителей направлено на предотвращение возможных потерь федерального бюджета. Поэтому п. 3 ст. 13 ТК ТС одним из обязательных условий для включения в реестр таможенных представителей установлено обеспечение уплаты таможенных пла-

тежей в сумме, эквивалентной одному миллиону евро; при этом российским таможенным законодательством на таможенного представителя возложена солидарная с представляемыми им лицами ответственность за уплату таможенных платежей вне зависимости от условий заключаемого ими договора (пункт 6 статьи 60 ФЗ «О таможенном регулировании в РФ»). Следовательно, профессиональная деятельность таможенных представителей, направленная на оптимизацию таможенной очистки, косвенно способствует увеличению товарооборота и внешнеэкономической активности, что соответствует интересам не только отдельных субъектов ВЭД, но и общества и государства.

Таможенные представители как предприниматели функционируют на рынке благодаря своей клиентуре, обеспечивающей доходность их деятельности в области таможенного дела. Из этого предполагается, что законные интересы представляемых лиц должны иметь приоритет для таможенных представителей при совершении от их имени и по их поручению таможенных операций. Однако на практике взаимоотношения таможенных органов, таможенных представителей и представляемых последними лиц зачастую принимают искажённые формы. Становится непонятно, чьи же интересы в конечном итоге блюдет таможенный представитель [16].

Однако не всегда привлечение таможенных представителей является успешным, так как существует множество рисков, ограничивающих возможности его применения. В табл. 1 представлены основные преимущества и риски привлечения таможенных представителей во внешнеэкономической деятельности предприятия.

Таблица 1

Преимущества и риски привлечения таможенных представителей во внешнеэкономической деятельности предприятия

Преимущества			Риски		
Организационный аспект	Рыночный аспект	Инновационный аспект	Управленческие	Рыночные	Информационные
Оптимизация структуры предприятия	Расширение ассортимента предприятия	Привлечение экспертов	Снижение эффективности управления	Возникновение зависимости от таможенного представителя	Асимметричность доступной информации
Рост возможности адаптации предприятия	Снижение издержек предприятия и как следствие – цен	Возможность внедрения инноваций	Снижение контроля над операциями и процедурами	Рост издержек в процессе оказания услуг	Проблема мониторинга
Акцент на сильные стороны предприятия	Приближение к потребителю	Упрощение системы управления и контроля	Конфликт интересов		

Если подходить к определению эффективности привлечения таможенных представителей в рамках взаимодействия предприятия, участника внешнеэкономической деятельности с таможенными органами, с качественной точки зрения, авторы выделяют несколько аспектов оценки: комплексность услуг, инновационный потенциал, клиентоориентированность и лояльность клиентов, хорошая репутация, доступ к административному ресурсу и участие в общественной деятельности [6].

Анализ же структуры предоставляемых услуг и процесса взаимодействия предприятия с таможенными представителями позволяет выделить четыре группы факторов, определяющих их качество: качество труда или персонала таможенного представителя и таможенных органов, качество материально-технического и информационного обеспечения деятельности таможенных представителей и таможенных органов, качество нормативного обеспечения деятельности и качество информационного обеспечения деятельности предприятия. Что подтверждает разработанная И. С. Ермиловым система показателей качества услуг таможенного представителя на основе 9 показателей [7]. Анализ деятельности таможенных представителей по существующим показателям позволяет сделать несколько основополагающих выводов относительно качества услуг:

- таможенные представители мало уделяют внимания качеству, приоритетным для них является количество оформленных деклараций (с учетом средней стоимости от 5 до 10 тыс. рублей) и сохранение «хороших» отношений с таможенными органами, и как следствие, до 60% времени может уходить на исправление дефектов и ошибок;

- более 10% выявленных ошибок относится к критическим, повлекшим доначисление таможенных платежей или возбуждение дела об административном правонарушении. Остальные это технические ошибки, обусловленные человеческим фактором, в том числе ошибки, допущенные при создании формализованных копий документов с при-

менением электронного декларирования. При этом наличие ошибок замедляет скорость таможенного оформления товаров и приводит к росту издержек предприятия;

- наиболее часто встречаемые ошибки: неправильное определение кода по ТНВЭД, недостаточность информации для подтверждения сведений, заявляемых в графах «Описание товаров» и «Код товара» в технических документах, прилагаемых к ДТ, неверное заполнение электронных копий деклараций, неправильное оформление заявлений на внесение изменений в ДТ, неверное указание дат документов и курса валют;

- как ни парадоксально, чем больше таможенный представитель оформляет деклараций на товар, тем выше количество выявленных ошибок;

- довольно низкая доля специалистов по таможенному оформлению имеют квалификационный аттестат по таможенному оформлению, что также отрицательно сказывается на качестве таможенного оформления и таможенного контроля;

Следовательно, для эффективного управления взаимодействием предприятия, участника внешнеэкономической деятельности с таможенными органами посредством привлечения таможенного представителя для организации таможенного оформления и таможенного контроля товаров, необходимо разработать и внедрить механизм оптимизации деятельности предприятия, направленный на сокращение затрат на прохождение всех таможенных формальностей в ходе перемещения товаров через таможенные границы за счет привлечения профессиональных таможенных посредников для выполнения технических функций и решения специфических проблем, при сохранении за собой функций стратегического управления. Для обоснованного выбора таможенного представителя и эффективной работы с ними предлагаем периодически оценивать их работу на основе определения соответствующих коэффициентов. Для оценки работы с таможенными представителями предлагается рассчитать следующие показатели (табл. 2).

Таблица 2

Система показателей оценки таможенных представителей

Наименование	Формула	Примечание
1	2	3
Доля деклараций на товар, оформленных в нормативный срок ($K_{дтнс}$)	$K_{дтнс} = N_{дтнс} / N$, где $N_{дтнс}$ – количество деклараций на товары, оформленные в нормативные сроки, шт.; N – общее количество оформленных деклараций на товары, шт.	Данный коэффициент, с одной стороны, отражает эффективность работы сотрудников таможенных представителей, с другой – является основой для сравнения работы таможенных представителей

1	2	3
Удельный вес ДТ, поданных в таможенный орган с ошибками ($K_{в/д}$)	$K_{в/д} = N_{од}/N$, где $N_{од}$ – количество деклараций на товары, поданные в таможенные органы с ошибками	Отражает качество работы таможенных представителей. Данный коэффициент может быть рассчитан как по таможенным представителям в целом, так и по каждому в отдельности. Следует отметить, что снижение данного показателя в динамике является положительной тенденцией
Коэффициент удельного веса критических ошибок ($K_{ко}$)	$K_{ко} = N_{ко}/N_{од}$, где $N_{ко}$ – количество деклараций, поданных в таможенные органы с критическими ошибками	Данный коэффициент отражает совокупный результат работы таможенных представителей и менеджеров предприятия
Доля доначисления таможенных платежей по результатам корректировок таможенной стоимости или кода товара ($K_{дтп}$)	$K_{дтп} = V_{дтп} / V_{тп}$, где $V_{дтп}$ – объем доначисленных таможенных платежей; $V_{тп}$ – объем таможенных платежей уплаченных	Данный коэффициент отражает увеличение прямых затрат предприятия на таможенное оформление
Удельный вес специалистов, допустивших критические ошибки ($K_{ско}$)	$K_{ско} = Ч_{ско}/Ч$, где $Ч_{ско}$ – численность специалистов, допустивших критические ошибки; $Ч$ – общая численность специалистов, контактирующих с предприятием	Данный показатель отражает качество и уровень квалификации сотрудников таможенного представителя, непосредственно влияющий на результативность таможенного оформления и контроля
Коэффициент обеспечения фактической потребности ($K_{об ф}$)	$K_{об ф} = N_{дт}/P_o$, где $N_{дт}$ – количество оформленных деклараций на товар; P_o – количество обращений на оформление деклараций на товар	Введение данного показателя необходимо, так как для оценки работы таможенных представителей важен не только факт обеспечения плановой потребности, сколько важен факт обеспечения потребности, фактически возникшей в истекшем периоде, данный показатель косвенным образом отражает гибкость таможенных представителей и отражает потребность в таможенных представителях для предприятия
Темп роста цены на услуги ($T_{ц}$)	$T_{ц} = Ц_{тек}/Ц_{баз}$, где $Ц_{тек}$ и $Ц_{баз}$ – цена на услуги в текущем и базисном периодах	Данный показатель очень важен для работы с таможенными представителями, так как от цен на услуги напрямую зависит уровень коммерческих затрат на экспортные операции. При этом цены на услуги должны учитывать не только прямые затраты, прописанные в договоре, но скрытые затраты, которые могут привести к росту цены услуги по ходу их выполнения
Темп роста среднего времени протяженности операций ВЭД	$Tr O = O_{сртек}/O_{ср баз (пл)}$, где $O_{сртек}$, $O_{ср баз (пл)}$ – среднее время протяженности операций ВЭД на одну поставку в текущем периоде, предыдущем, соответственно,	Рассчитывается для оценки работы таможенного представителя в текущем периоде по формуле. Для расчета данного коэффициента необходимо регулярно отслеживать

Окончание табл. 2

1	2	3
	рассчитывается по формуле: $O_{срj} = (\Sigma O_i) / КПj$, где ΣO_i – суммарное времени протяженности операций ВЭД таможенного представителя j, дн.; КПj – число поставок, оформленных анализируемым таможенным представителем, раз	время протяженности операций ВЭД по каждой поставке, фиксировать задержки
Репутация, имидж таможенного представителя ($K_{и}$)	$K_{и} = I_{ф} / I_{э}$, где $I_{ф}$ – фактическая оценка имиджа таможенного представителя; $I_{э}$ – эталонное значение имиджа таможенных представителей	Для этой цели была разработана вербально-числовая шкала, с помощью которой качественные характеристики обозначенной системы можно будет оценить количественно. Данный показатель отражает способность таможенного представителя отстаивать интересы предприятия, уровень его отношений с таможенными органами или другими государственными и коммерческими организациями и т. д.
Коэффициент полноты ассортимента предоставляемых услуг ($K_{А}$)	$K_{А} = A_{ф} / A_{н}$, где $A_{ф}$ – перечень услуг, предоставляемых таможенным представителем и необходимых предприятию; $A_{н}$ – перечень услуг, необходимый фактически предприятию	Данный показатель отражает количество посредников, вовлеченных в процесс таможенного оформления и контроля товаров и транспортных средств предприятия, и напрямую влияет на финансовые и временные затраты таможенного оформления

Кроме того, для оценки таможенного представителя важно оценить сумму транспортно-организационных расходов, связанных с поставкой и оформления партий товаров. Для этого необходимо рассчитать долю транспортно-организационных расходов к сумме поставляемого товара:

$$D_{ТОР} = \Sigma ТОР / П,$$

где $\Sigma ТОР$ – сумма транспортно-организационных расходов;

$П$ – объем выручки от поставляемой партии товаров.

Аналогичный коэффициент может быть рассчитан также по каждому таможенному представителю. На основе анализируемых коэффициентов возможен расчет рейтинга таможенных представителей, на основе которого осуществляется выбор таможенного представителя.

Таким образом, привлечение таможенных представителей для таможенного оформления и тамо-

женного контроля товаров является самой распространенной моделью взаимодействия участников внешнеэкономической деятельности с таможенными органами. Но существующие риски использования данной модели требуют от предприятия постоянного мониторинга, разработки и принятия мер по их минимизации. Показатели для выбора таможенного представителя и оценки их эффективности должны учитывать как стоимость обслуживания, так и его качество. Должны отражать отношения между заказчиком и аутсорсером, производительность аутсорсинга и интеграцию сторонних провайдеров услуг и пользователей. В целом использование предлагаемой схемы позволяет предприятиям-участникам ВЭД заметно сократить издержки, связанные с прохождением всех таможенных формальностей, что обеспечивает рост эффективности внешнеторговой деятельности и позволяет повысить уровень конкурентоспособности своих товаров на целевом рынке.

Список литературы

1. Таможенный кодекс Таможенного союза [Электронный ресурс] : от 27.11.2009 г. № 17 (ред. от 16.04.2010 г.) // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

2. Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности [Электронный ресурс] : федер. закон от 08.12.2003 № 164-ФЗ (ред. от 30.11.2013) // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
3. Арабян М. С. Таможенный представитель и его место в системе аутсорсинга таможенных услуг / М. С. Арабян, Е. В. Попова // Таможенное дело. – 2015. – № 2. – С. 3-5.
4. Арский А. А. Механизм управления взаимодействием таможенных органов с участниками внешнеэкономической деятельности с использованием услуг транспортно-логистических компаний : монография. – М., 2014.
5. Вергуш К. В. Таможенный представитель: особенности правового положения // Вопросы экономики и права. – 2015. – № 82. – С. 11-15.
6. Гончаров С. В. Совершенствование системы управления и качества услуг таможенного представителя в международной торговле // Проблемы современной экономики. – 2013. – № 3 (47). – С. 171-175.
7. Гупанова Ю. Е. Методологические и методические основы управления качеством таможенных услуг в условиях неопределенности и риска : монография. – М. : Изд-во РТА, 2012. – 164 с.
8. Дорощенко Г. И. Экономические и информационные аспекты взаимодействия таможни и бизнеса на современном этапе : монография. – М., 2014.
9. Зуева О. Н. Развитие методологии логистики в сфере таможенного оформления товаров / О. Н. Зуева, Б. Н. Колесников // Управленец. – 2013. – № 1. – С. 52-55.
10. Михайлова С. А. Повышение эффективности работы института таможенных представителей // Особенности государственного регулирования внешнеторговой деятельности в современных условиях : материалы научно-практической конференции : в 2 ч. / Российская таможенная академия, Ростовский филиал. – 2014. – С. 357-368.
11. Наумцев Н. И. Институт таможенного представителя / Н. И. Наумцев, И. В. Полухин // Современные проблемы экономического и социального развития. – 2014. – № 10. – С. 112-114.
12. Погарская А. С. Функционирование таможенных представителей в условиях изменения экспортно-импортных потоков / А. С. Погарская, Е. В. Филатова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2015. – № 6. – С. 89-96.
13. Табаков А. В. Чьи интересы представляет таможенный представитель? Опыт изучения неформальных отношений в таможенной сфере // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В. Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. – 2015. – № 2 (54). – С. 43-58.
14. Федоренко Р. В. Исследование регионального рынка услуг по таможенному оформлению внешнеэкономической деятельности / Р. В. Федоренко, Н. П. Перстенева // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2016. – № 2 (136). – С. 47-52.
15. Федоренко Р. В. Логистизация таможенного обслуживания как фактор повышения эффективности работы участников ВЭД // Управленец. – 2014. – № 4 (50). – С. 64-67.
16. Шуклина З. Н. Организация предоставления услуг таможенным представителем // Экономика и социум. – 2015. – № 2-5 (15). – С. 166-172.
17. Customs in the 21st century: enhancing Growth and development through trade facilitation and Border Security. electronic text data. 2008. mode of access [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wcoomd.org>. – Загл. с экрана.
18. Grainger A. Customs and trade facilitation: from concepts to implementation // World Customs Journal. 2008, vol. 2, no.1.
19. Mentzer J., DeWitt W., Keebler J., Min S., Nix N., Smith C., Zacharia Z. Defining Supply Chain Management // Journal of Business Logistics. 2001. Vol. 22. N 2. p. 1-25.
20. Hoekman B. Assessing the Doha Round: market access, transactions costs and aid for trade facilitation / B. Hoekman, A. Nicita // Journal of International Trade and Economic Development. 2010. Vol. 9. №. 1. Pp. 65-79.
21. Sandford I. Customs in the Regional Trade Agreements of Australia and New Zealand: efforts to improve customs instruments and develop trade / I. Sandford, I. Temby // Global Trade and Customs Journal. 2010, vol. 5, no 11/12, pp. 445-459.
22. Wang C. Reducing risks in logistic outsourcing [Электронный ресурс] / C. Wang, A. Regan. – Режим доступа: <http://www.uctc.net/papers/641.pdf>. – Загл. с экрана.
23. Wilmot Jill. Outsourcing Is Key to Surviving the Downturn [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.us.capgemini.com/insights-resources/publications/outsourcing-is-keyto-surviving-the-downturn%E2%80%94the-capgemini-executive-outsourcingsurvey-conducted-by-harris-interactive>. – Загл. с экрана.
24. Wilson N. Examining the trade effect of certain customs and administrative procedures // OECD Trade Policy Working Paper. 2007. No. 42.

O. N. Kolodina*

**Kolodina Olga, PhD in Economics, Senior Lecturer of
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_manager@tolgas.ru*

**MANAGEMENT OF INTERACTION BETWEEN THE ENTERPRISE – MEMBER
OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY AND THE CUSTOMS AUTHORITIES,
BASED ON CHOOSING THE BEST MODEL**

Keywords: interaction, customs authorities, member of foreign economic activity, customs representative, management.

Active integration of Russia into the international system of global economic relations, as well as joining the World Trade Organization change the institutional conditions for foreign economic activity, and in particular the basis for the organization of the customs clearance of goods. This changes the basic principles of interaction between the subjects of customs legal relations, which, in turn, changes the approaches of the participants of foreign economic activity to the customs clearance of goods. At the same time, the intensive growth of foreign economic activity leads to increased risks of violation of customs legislation, due to the increased amount of information load upon the customs authorities and traders, significantly complicating the decision-making in the realization of customs operations. As a result, there are contradictions between the desired and the existing level of quality of customs clearance. This raises the issue of choosing the optimal model of interaction between the company and the customs authorities. The article presents the analysis of the main models of interaction between customs authorities and participants of foreign economic activity in the process of customs clearance. Conclusions are made about the further development of interaction between organizations in the field of foreign economic activity. The author suggests the system of indicators to assess the effectiveness of attracting customs representatives.

© Колодина О. Н., 2016

УДК 339.5

Е. В. Чуйкова*

**Чуйкова Екатерина Васильевна, ассистент*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

ms.sycheva93@mail.ru

КЛАССИФИКАЦИЯ ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ НА РЫНКЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ

Ключевые слова: услуги, сфера услуг, таможенные услуги, внешнеэкономическая деятельность, классификатор услуг, таможенные органы, таможенный брокер.

Международная торговля в современных условиях является важнейшей движущей силой экономического процветания и устойчивости экономических систем. Исходя из этого важно отметить, что таможенные услуги относятся к сфере услуг, обслуживающих внешнеторговую деятельность экспортеров и импортеров. Таможенные органы предоставляют услуги не только субъектам внешнеэкономической деятельности на определенном этапе внешнеторговой сделки, но и государству, выполняя функцию по регулированию, а также возможности защиты экономики, здоровья населения и охраны окружающей среды.

Особенности международного подхода к понятиям «таможенная услуга», «сфера таможенного обслуживания» и «сфера таможенных услуг» связаны с рядом причин, прежде всего уровнем экономического развития стран, разной скоростью интеграции в мировой экономике и фазой развития таможенных систем. Проблема развития сферы таможенных услуг является одной из приоритетных в мировых научных исследованиях, связанных с модернизацией таможенного дела. Современная таможня – это прежде всего услуги, поскольку на первый план сегодня выходит вопрос содействия международной торговле.

Актуальность данной темы заключается в оптимизации таможенных услуг, повышении их прозрачности, расширении практики информирования и консультирования участников ВЭД, а также развитии таможенной инфраструктуры.

В настоящее время от эффективности деятельности таможенных органов может зависеть не только пополнение федерального бюджета, но и уровень развития внешнеэкономической деятельности. Развитие таможенного обслуживания оказывает большое влияние на возможность достижения рыночного успеха импортируемых или экспортируемых товаров. В отсутствие современного таможенного обслуживания, особенно в случаях длительного таможенного оформления или ненадлежащего хранения, товар может полностью или частично потерять свою потребительскую ценность, стать неконкурентоспособным и в результате оказаться отвергнутым покупателем.

Важнейшая роль в процессе регулирования внешнеэкономической деятельности принадлежит таможенной службе, которая является одним из базовых институтов государственного регулирования экономических отношений.

В современных условиях особую актуальность приобретает вопрос удовлетворения спроса на услуги и их согласование с предложением в различных сферах экономики на основе их классификации, развития рынка услуг, в том числе таможенных услуг, порождающих конкуренцию. Следует отметить, что классификация отраслей проводится на основе учета различных подходов, принципов и группировочных признаков.

В структуре национальной экономики быстро развивающейся, обеспечивающей экономический рост и улучшение уровня жизни населения является сфера услуг, составным элементом которой является таможенная система. Этот вывод нами сформулирован на основе поддержки мнения оте-

чественных ученых Н. М. Блинова, С. И. Съедина, В. Д. Дианова, В. В. Макрусева.

На сегодняшний день таможенная система как институт таможенного администрирования осуществляет государственные функции регулировки и контроля внешнеэкономической деятельности (ВЭД) России. Таможенная система содержит два качественных организационных уровня администрирования. На первом уровне вырабатываются идеология, политика, цели, экономические механизмы и стратегия таможенного дела. На втором формируются и работают организационно-технологические инструменты для их практического осуществления.

Следует отметить, что таможенная система государственных услуг имеет двухуровневую структуру, представленную на рис. 1.

На первоначальной степени исполняется конкурентная борьба госструктур за разделение областей воздействия на российском рынке. В первую очередь речь идет о выполнении основных задач рын-

ка и адекватной структуризации институтов государственного управления (в соответствии с их возможностями и спецификой секторов рынка) для совершения целей государства на определенном этапе. На данном этапе решается проблема позиционирования государственного института на рынке государственного управления.

Второй уровень – уровень конкурентной борьбы между государственными и частными структурами в секторе внешнеторговой деятельности. Можно отметить, что таможенная служба на данном этапе решает проблемы, обозначенные на рынке таможенных услуг.

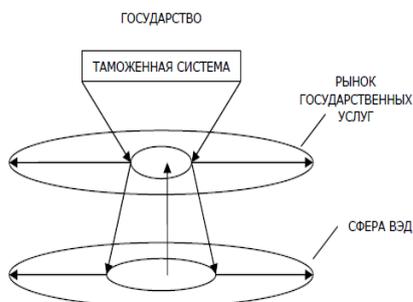


Рис. 1. Таможенная система на рынке государственных услуг

Можно сделать вывод, что таможенная система на рынке государственных услуг в достаточной мере очень проста: именно успешное позиционирование таможенной системы на рынке таможенных услуг гарантирует ее успешное позиционирование в сфере государственного управления.

Анализ работ М. К. Бунина, профессора Т. Т. Морозовой, Р. К. Раджабова, Х. Н. Факерова показывает, что при рассмотрении системы оказания услуг следует выделить необходимые и достаточные условия развития таможенных услуг. К этим услугам относятся: производственно-технологические, экономические, организационно-экономические и социально-экономические.

Классифицируя услуги во внешнеэкономической деятельности по их роли в обслуживании международного товарооборота, представляется целесообразным выделить четыре группы услуг, представленных на рис. 2.

Особенностью внешнеторговой деятельности является наличие у участников ВЭД большого числа проблем по сравнению с организациями, осуществляющими коммерческую деятельность исключительно в рамках национального рынка. К таким проблемам следует отнести необходимость выполнения ряда нормативных требований и соблюдения большого числа таможенных правил и норм в процессе перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу. В результате предприятия-участники ВЭД становятся потребителями целого комплекса услуг, связанных с осуществлением внешнеэкономической деятельности, в число которых входят услуги по организации международных грузоперевозок, транспортно-экспедиторское обслуживание, предоставление услуг по хранению грузов, их страхованию, проведению международных расчетов и ряд других услуг.

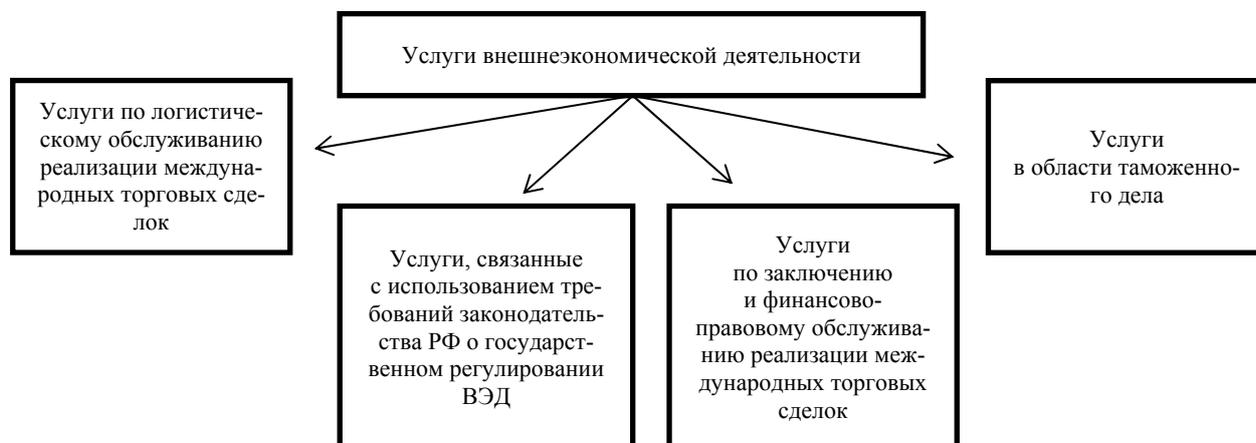


Рис. 2. Классификация услуг внешнеэкономической деятельности

Таким образом, в ходе внешнеэкономической деятельности происходит реализация и потребление разнообразных услуг, среди которых наибольшей спецификой обладают услуги в области таможенного дела.

Внешнеэкономическая деятельность предполагает постоянное перемещение товаров и/или транспортных средств через таможенную границу государства или Таможенного союза, в результате чего неизбежно возникает необходимость проведения таможенной обработки грузов. При этом можно утверждать, что в современных условиях именно рынок услуг в области таможенного дела становится одним из наиболее перспективных сегментов сферы обслуживания ВЭД.

Природа оказания таможенных услуг демонстрирует, что они по способам оказания схожи с деловыми, финансовыми, коммуникационными услугами, транспортными, а также с услугами в сфере охраны окружающей среды. Следует отметить, что

данную значимость таможенных услуг целесообразно рассматривать как вопрос о становлении, функционировании и развитии рынка таможенных услуг на основе изучения мнения Н. М. Блинова и С. И. Съедина. В своих работах эти авторы выделяют признаки таможенной услуги, связанные с добровольным обращением декларантов в таможенные органы и получением поддержки с их стороны.

Вопросам развития таможенных услуг посвящено большое количество исследований в современной экономической научной литературе. Еще в 2002 году известный отечественный экономист Л. А. Лозбенко указывал, что «современная таможня – это прежде всего сервис, поскольку на первый план сегодня выходит вопрос содействия международной торговле».

Традиционная классификация таможенных услуг оказываемых таможенными органами, представлена на рис. 3.

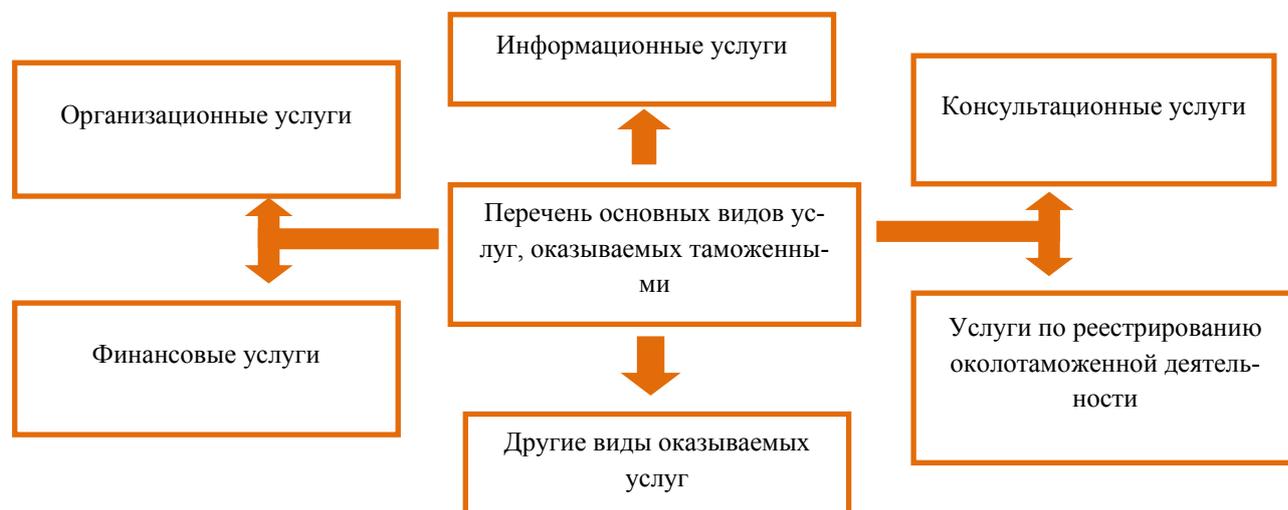


Рис. 3. Перечень основных видов услуг, оказываемых таможенными органами

Опыт показывает, что потенциальными клиентами таможенных органов являются отечественные и зарубежные предприятия. Для западных декларантов стоимость услуг не важна, а важны качество их исполнения, репутация и опыт работы на рынке.

Все вопросы, связанные с таможенным администрированием и таможенной очисткой грузов, решаются таможенными представителями, основное внимание классификации услуг таможенными представителями рассматривали Н. М. Блинов, С. И. Съедин и К. Лавлок, среди которых они выделяют:

– услуги по таможенному оформлению экспортных и импортных грузов (оборудование, автомобили и запчасти, скоропортящиеся грузы, инст-

рументы, медицинские товары, товары народного потребления и продукты питания);

– помощь в разработке внешнеторговых документов;

– интересы клиента в таможенных органах;

– таможенную очистку товаров;

– консультирование по вопросам ВЭД;

– классификацию товаров по ТНВЭД;

– меры нетарифного регулирования;

– расчет и оплату таможенных платежей;

– заполнение и сопровождение ДТ и всех взаимосвязанных документов (ДТС, КТС, TIR, CMR и т. д.);

– электронное декларирование ЭД-2;

– получение необходимых сертификатов.

Эффект от привлечения таможенного представителя во многом определяется его способностью и желанием применять современные методы таможенного оформления, обеспечивающие ускорение и упрощение всех таможенных процедур. При осуществлении внешнеэкономических сделок участник ВЭД может значительно сократить собственные затраты за счет грамотного применения различных методов декларирования, использования режимов таможенных преференций и оформления специальных упрощенных процедур.

Таким образом, таможенные органы и таможенные представители способствуют созданию благо-

приятных условий внешнеэкономической деятельности, повышению качества предоставления таможенных услуг юридическим и физическим лицам как участникам внешнеэкономической деятельности и оказывают влияние на темпы роста экономического развития, активность в сфере бизнеса, уровень благосостояния населения.

Наиболее динамично развивающимся направлением деятельности таможенных представителей является именно предоставление комплексной консультационной поддержки участников ВЭД в процессе их взаимодействия с таможенными органами.

Список литературы

1. Большая советская энциклопедия : в 30 т. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bse.sci-lib.com/> – Загл. с экрана.
2. Борисов А. Б. Большой экономический словарь. – М. : Книжный мир, 2010.
3. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – М. : Институт новой экономики, 2010. – 767 с.
4. Блинов Н. М., Съедин С. И. Таможенный менеджмент : учеб. пособие. – М. : РТА, 2013. – 170 с.
5. Дегтярева О. И. Внешнеэкономическая деятельность / О. И. Дегтярева, Т. Н. Полянова, С. В. Саркисова. – М. : Дело, 2008. – 424 с.
6. Диденко Н. И. Основы внешнеэкономической деятельности в РФ. – СПб. : Питер, 2004. – 560 с.
7. Государственное регулирование экономики / под ред. проф. Т. Т. Морозовой. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 255 с.
8. Классификатор услуг во внешнеэкономической деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_142354/ – Загл. с экрана.
9. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия. – М. : Вильямс, 2005.
10. Лозбенко Л. Современная таможня – это сервис // Эксперт. – 2002. – № 42. – С. 54.
11. Налоговый кодекс РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=176373> – Загл. с экрана.
12. Официальный сайт Американской маркетинговой ассоциации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ama.org/Pages/default.aspx> – Загл. с экрана.
13. Потемкин В. К. Управление персоналом : учебник для вузов. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 340 с.
14. Просянкин Н. Н. Управление персоналом в таможенных органах : учеб. пособие. – Владивосток : РИО Владивосток. филиала Рос. тамож. акад., 2012. – 160 с.
15. Черныш А. Я. Теория экономики таможенного дела : монография / А. Я. Черныш, Л. А. Жигун. – М. : Изд-во РТА, 2012. – 200 с.
16. Huxham C. Creating Collaborative Advantage. – London : Sage Publications Ltd, 1996. – 174 p.
17. Ishikawa K. What is Total Quality Control? The Japanese Way. – Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall, 1985. – 365 p.
18. Longman Dictionary of Contemporary English / Longman Group Ltd., 1991.
19. Pollitt C. Partnerships, networks, joined-up governance, the information age (and all that) // The Essential Public Manager: Public Policy and Management / C. Pollitt (ed.). – Maidenhead: Open University Press, 2003. – P. 52-82.
20. Rhodes, C.J. Understanding governance: ten years on // Organization Studies. – 2007. – № 28. – P. 1243-1264.
21. Rostamzadeh R. Prioritizing Effective 7Ms to Improve Production Systems Performance by Using AHP Technique / Reza Rostamzadeh, Saudah Bt. Sofian // International Review of Business Research Papers. – Vol. 5. – № 3. – P. 257-277 (April 2009).
22. Teece D. J. Firm organization, industrial structure and technological innovation // Journal of Economic Behavior and Organization. – 1996. – Vol. 31. – Issue 2. – P. 193-224.

*E. V. Chuikova**

**Chuikova Ekaterina, Assistant of
Volga Region State University of Service, Togliatti
ms.sycheva93@mail.ru*

CLASSIFICATION OF CUSTOMS SERVICES IN THE MARKET OF PUBLIC SERVICES

Keywords: services, service sphere, customs services, foreign trade, service qualifier, customs authorities, customs broker.

International trade in modern conditions is the major driving force of economic prosperity and sustainability of economic systems. Based on this statement, we should note that the customs services are the services, supporting the foreign trade activities of exporters and importers. Customs authorities provide services not only to the subjects of foreign economic activity at a certain stage of foreign trade transactions, but also to the state, performing the regulating function, as well as the functions of economic security, public health and environmental protection.

Features of the international approach to the concepts of «customs service», «customs service sphere» and «sphere of customs services» are determined by a number of reasons, first of all, the level of economic development of countries, different levels of integration into the world economy and the development stage of customs systems. The problem of development of customs services is one of priority issues in the global scientific researches related to the modernization of customs practice. Modern customs function is primarily the service, as the most important issue nowadays is facilitating the international trade.

The relevance of this issue is in the need to optimize the customs services, improve their transparency, as well as to promote the practice of informing and consulting the participants of foreign trade activities and customs infrastructure.

Currently, the effectiveness of customs authorities may influence not only upon contributions to the federal budget, but also on the level of development of foreign economic activity. The development of the customs service largely determines the possibility of success in the market of imported or exported goods. In the absence of modern customs service, especially in cases of prolonged customs clearance or improper storage, goods may wholly or partially lose their consumer value, become uncompetitive and thus be rejected by the buyer.

© Чуйкова Е. В., 2016

УДК 332.1

А. М. Чупайда***Чупайда Александр Михайлович, кандидат экономических наук, доцент**Тольяттинский государственный университет, г. Тольятти*

tchupaida@ya.ru

Ю. Б. Варлахова***Варлахова Юлия Борисовна, магистрант**Тольяттинский государственный университет, г. Тольятти*

julashal@rambler.ru

А. Е. Бугаев***Бугаев Александр Евгеньевич, кандидат экономических наук, доцент**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*

bugaev_65@mail.ru

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВОЙ СФЕРЫ С ПОЗИЦИЙ ДЕФИЦИТА ДОСТОЙНОГО ТРУДА

Ключевые слова: содержание труда, социально-трудовые отношения, достойный труд, Международная организация труда (МОТ), безработица, занятость, эффективность труда, оплата труда, условия труда.

Рассматриваются понятие «Достойный труд», концепция достойного труда МОТ, проводится анализ существующих определений достойного труда, предлагается обобщенное определение достойного труда. Дается описание каждой характеристики достойного труда из предложенного определения. Рассматриваются основные факторы, характеризующие содержание труда и имеющиеся различия в функциях и содержании труда.

Определяются проблемы дефицита достойного труда, которые проявляются в виде диссонанса между уровнем квалификации работников и содержанием труда.

Проведен анализ индикаторов достойного труда по данным Федеральной службы государственной статистики за 2006–2016 гг., которые характеризуют современное состояние социально-трудовой сферы. В работе рассматривались четыре основных индикатора, характеризующие уровень достойного труда: «Достойная занятость», «Адекватный заработок и продуктивная занятость», «Достойная продолжительность рабочего времени», «Безопасный труд».

К индикатору «Достойная занятость» отнесены: доля занятых лиц в общей численности населения (мужчины и женщины); доля молодежи, которая не учится и не работает, в возрасте от 15 до 24 лет; уровень безработицы за последние 10 лет; доля неформального сектора в общей занятости.

К индикатору «Адекватный заработок и продуктивная занятость» отнесены: доля занятых лиц с низким уровнем заработной платы; количество работающих лиц, находящихся за чертой бедности.

К индикатору «Достойная продолжительность рабочего времени» отнесены: доля занятых с чрезмерной продолжительностью рабочих часов (более 48 часов в неделю).

К индикатору «Безопасный труд» отнесены: уровень производственного травматизма со смертельным исходом; уровень производственного травматизма с несмертельным исходом.

Результаты анализа указывают на достаточно высокий дефицит достойного труда, существующий в настоящее время. Обосновывается необходимость экстренной реализации основных положений и принципов концепции Достойного труда как одной из форм развития социально-трудовых отношений.

В связи с изменениями, происходящими сегодня в экономической сфере, а в особенности на рынке труда, особо важными являются инициативы и исследования в области трудовых отношений. Одна из последних инициатив – концепция достойного труда Международной организации труда.

Впервые понятие «Достойный труд» было принято на 87-й сессии МОТ генеральным директором МОТ Х. А. Сомавия в докладе «Достойный труд». Ему было дано следующее определение: «Достойный труд – это труд, при котором права трудящихся-

защищены, который приносит адекватный доход и обеспечивает социальную защищенность. Также достойный труд подразумевает достаточный труд в том смысле, что каждый индивид имеет полный и свободный доступ к возможностям зарабатывать и получать доход. Кроме того, соблюдение принципов достойного труда означает новые перспективы с точки зрения экономического и социального развития, новые возможности, при которых занятость, доход и социальная защищенность могут быть дос-

тигнуты без компромисса между правами трудящихся и социальными стандартами».

Определение «Достойный труд» в более развернутой форме раскрыто в пилотной программе МОТ по реализации концепции достойного труда, которую Хуан Сомавия в 1999 году представил, чтобы переориентировать деятельность организаций в соответствии с требованиями 21 века. В документах этой программы понятие «достойный труд» определено как «труд, который приносит адекватный доход и при этом оставляет время для других сторон жизни, предоставляет надежность семье, уважает права человека, дает право голоса и открывает дорогу социальной интеграции. Достойный труд – это путь, соединяющий экономические и социальные цели».¹

Понятие «достойный труд» было более прочно утверждено двенадцать лет спустя как приоритетная цель для национальной политики в многочисленных странах мира и стало часто использоваться в международной дискуссии. Ключевую роль оно играет в борьбе с бедностью и является средством для достижения справедливого и стабильного развития благополучия населения. Оно отражено во множестве различных документов разнонаправленной системы социальных отношений, в документах национальных политических форумов и документах «Большой двадцатки», а также является предметом многих научных исследований и дискуссий. Понятие прочно закрепилось в ряде конвенций и деклараций МОТ.

Старший научный сотрудник Бюро по деятельности трудящихся МОТ Франк Хоффер, коллега Х. А. Сомавия, обозначает достойный труд в качестве инструмента, «признающего в равной степени труд всех работников», независимо от вида работы, которую они выполняют.

Союз REFA, не применяя понятия «достойный труд», разъясняет о труде следующее: труд «который обеспечивает условия для сохранения здоровья и развития способностей человека».

Сегодня действуют следующие ключевые характеристики достойного труда:

1. Безопасность.
2. Производительность.
3. Соответствующий доход.
4. Уважение прав трудящихся и социальная защита.
5. Возможность оказывать влияние на принятие решений относительно трудовых отношений,

условий труда и других условий путем социального партнерства.

Принимая во внимание все вышесказанное, предлагается следующее определение понятия «достойный труд»:

Достойный труд – это труд, который удовлетворяет индивидуума по своим материальным, моральным, количественным, качественным и содержательным характеристикам, воспринимаемый обществом с уважением, способствующий развитию человеческих способностей и не наносящий вреда его здоровью.

Рассматривая каждую характеристику более детально, можно выдвинуть следующие предположения:

- удовлетворение материальными характеристиками предполагает, что получаемое вознаграждение за труд должно быть таким, чтобы в достатке удовлетворить потребности человека и его семьи;

- моральные характеристики говорят о том, что при выполнении своей работы человеку не следует вступать в противоречие с духовными ценностями, как с собственными, так и с общепринятыми;

- к качественным характеристикам относятся организация рабочего места и его оснащённость качественным оборудованием, то есть оптимальное структурирование производственного пространства, в котором человек, осуществляющий трудовую деятельность, взаимосвязан со средствами и методом труда;

- к количественным характеристикам труда относится время, потраченное работником на трудовую деятельность. Работник должен иметь право и возможность выбирать оптимальное для него количество часов работы для благополучного обеспечения своего качества жизни;

- содержательные характеристики труда – это собственно функции, содержание работы, выполняемой индивидом.

Содержание труда определяется совокупностью операций, выполненных работником, и отражает распределение функционала на рабочем месте. Можно выделить следующие характеристики содержания труда: квалифицированность, разнообразие, продолжительность рабочего цикла, монотонность, самостоятельность, физические и нервно-психические нагрузки и т. д.

Содержание труда прежде всего раскрывает труд как взаимосвязь человека с природой, отражает уровень развития производительной силы, способы соединения элементов производства: вещественного и личного. В то же время характер труда показывает степень развития производственных отношений, социально-экономический способ взаимосвязи работника и средств труда. В сравнении с характером труда содержание носит более частный характер. Характер труда выражается в

¹ Международная организация труда. Конвенции, документы, материалы : справоч. пособие. М. : Дело и Сервис, 2007.

социальной форме труда и определяется доминирующими в сегодняшнем обществе отношениями, возникающими на производстве, и поэтому отражает социально-экономическое положение работников общественного производства.

Социологический словарь проекта Socium раскрывает следующие показатели характера труда:

- степень социальных различий в процессе труда;
- отношение работников к своему труду и к средствам производства;
- форма собственности;
- способ организации труда, включающий в себя различные направления движения управленческого объекта к заданной цели.²

Труд, становясь целесообразной деятельностью, обретает человеческую характеристику. В процессе взаимодействия человека с природой первый преобразует компоненты второй по своему определенному замыслу, осуществляя тем самым свою осознанную цель, определяющую характер и способы его действий.

Нельзя понимать труд только антропологически-натуралистически и приравнивать его к проявлениям нервно-физиологических структур мозга или деятельности мышц. Такие ошибки свойственны некоторым социологам, в частности Ф. Тейлору.³ Он сводил труд лишь к физиологическим затратам, рассчитывал законы нагрузки организма человека, измерял скорость реакций и напряжение.

Содержание труда определяет функциональные обязанности, уровень интеллектуального и физического напряжения, санитарно-гигиенические условия труда, а также другие различные характеристики. Нельзя не согласиться, что труд имеет различное содержание, например труд рабочих на железной дороге, на сборочном конвейере, в совхозе, в авиации, строительстве разительно отличается друг от друга.

Чем определяется содержание труда? Во-первых, профессиональной квалификацией работника, которая отражает его уровень знаний, умений, профессиональных навыков и опыта работника. Во-вторых, личностными характеристиками работника, такими как, например, инициативность или четкая исполнительность, хорошая память, стрессоустойчивость, эмоциональная гибкость и т. д.

В настоящее время приходится учитывать диссонанс между уровнем квалификации работников и содержанием труда. Основная тенденция на сегодняшний день – это некоторый отрыв квалификационного уровня трудовых ресурсов от определен-

ного содержания труда и наоборот, когда квалификационный уровень значительно выше, чем содержание выполняемой работы, или же и вовсе профессиональная квалификация не соответствует содержанию выполняемой работы. В классификации содержания труда, как правило, используются такие градации, как автоматизированный, механизированный и ручной труд. Далее можно разделить все вышеперечисленные виды труда на простой и сложный труд. Например, разделяется простой механизированный и сложный механизированный труд.

Рассмотрим два основных фактора, характеризующих содержание труда наиболее развернуто.

Первый. Соотношение умственных и физических нагрузок в процессе труда. Максимальное удовлетворение от выполняемой работы при прочих равных условиях получают работники, которые выполняют умственный труд. Содержание умственного труда выше и богаче других категорий труда, и он более привлекателен.

Второй. Соотношение распорядительных и исполнительных функций. Профессиональная квалификация в данном случае играет важную роль: чем она выше, тем больше потребность работника принимать участие в выработке управленческих решений. Обобщенные наблюдения показывают, что люди, являющиеся специалистами в нескольких областях, имеют большие возможности для профессиональной взаимозаменяемости и чаще привлекаются к принятию управленческих решений. Как правило, это люди, имеющие несколько высших образований, являющиеся успешными мастерами разных направлений, обладающие высокой эрудицией и разносторонним мышлением. Такие работники, как правило, качественней выполняют порученный функционал.

Сегодня значительные социально-экономические различия в функциях и содержании труда мешают гармоничному развитию личности, раскрытию творческих способностей работников, воспитанию сознательного и творческого отношения к труду (наличие тяжелого ручного труда, неквалифицированного труда, монотонного, рутинного, вредных условий), порождают труд по финансовому принуждению, то есть труд по денежной необходимости, чтобы заработать средства к существованию. Сегодня такой вид труда характерен для большинства людей.

Концепция достойного труда МОТ направлена на преобладание добровольного труда, т. е. труда по желанию работника. Такой труд возможен, когда человек финансово обеспечен и может позволить себе не работать, но он сознательно занимается трудовой деятельностью, для того чтобы реализовать свой потенциал. Для него работа – это средство самоутверждения и самовыражения.

² <http://voluntary.ru/dictionary/572>

³ Тейлор Ф. У. Научная организация труда. 2-е изд. М., 1925.

Анализ индикаторов достойного труда, проведенный за последнее десятилетие с 2006-го по 2016 г., показывает:⁴

1. Достойная занятость.

Доля занятых лиц в общей численности населения (мужчины и женщины) в возрасте от 15 до 72 лет увеличивается с 61,3% в 2006 г. до 65,3% по состоянию на начало января 2016 г.

Доля молодежи, которая не учится и не работает в возрасте от 15 до 24 лет, в общей численности населения соответствующей возрастной группы имеет тенденцию к уменьшению с 13,5% в 2006 г. до 12% по состоянию на начало января 2016 г.

Уровень безработицы за последние 10 лет снизился с 7,1% в 2006 г. до 5,7% в 2016 г.

Доля неформального сектора в общей занятости увеличилась с 18,2 % в 2006 г. до 20,5% по состоянию на начало января 2016 г.

2. Адекватный заработок и продуктивная занятость:

Доля занятых лиц с низким уровнем заработной платы (ниже 2/3 медианы почасового заработка) имеет небольшую тенденцию к уменьшению: 2009 г. – 29%, 2011 г. – 28,8%, 2013 г. – 28,1%, 2015 г. – 27,3%.

Количество работающих лиц, находящихся за чертой бедности, также имело небольшую тенденцию к уменьшению, но с 2014 года снова начало возрастать: 2007 г. – 16,5%, 2009 г. – 10,4%, 2011 г. – 13,1%, 2013 г. – 7,8%, 2015 г. – 10,7%.

3. Достойная продолжительность рабочего времени.

Доля занятых с чрезмерной продолжительностью рабочих часов (более 48 часов в неделю) имеет темпы снижения с 6,4% в 2006 г. до 4,5% по состоянию на начало января 2016 г.

4. Безопасный труд.

Уровень производственного травматизма со смертельным исходом (на 100 000 работающих) сократился с 11,9 до 6,2 человека в 2006–2015 гг. соответственно.

Уровень производственного травматизма с не смертельным исходом (на 100 000 работающих) сократился с 277 до 129 человек в 2006–2015 гг. соответственно.

Анализ индикаторов достойного труда показывает, что практически все показатели имеют тенденцию к улучшению, однако современное состояние социально-трудовой сферы характеризуется целым рядом проблем в сферах занятости, оплаты труда, социальной защиты и социального партнерства.

Уровень безработицы отражает дефицит возможностей населения на рынке труда. Согласно данным Росстата, уровень безработицы в среднем

⁴ <http://www.gks.ru>

по Российской Федерации увеличился и к концу 2-го квартала 2016 года составляет 5,7%. Для сравнения в середине 2015 года этот показатель был на уровне 5,5%.⁵

Рассматривая молодежь как трудовой ресурс, можно сказать, что основные причины безработицы молодежи – это структурный дисбаланс на рынке труда, отсутствие опыта работы, непривлекательность рабочих мест, желание работать в сфере умственного труда, а не физического. Перспектива физического труда, тяжелых условий труда, ручного или механизированного труда, низкооплачиваемой работы и невысокого социального статуса порождает отказ молодежи от получения начального и среднего профессионального образования.

Вместе с тем существует проблема профессиональной ориентации молодого поколения. Новосибирский социолог В. Шубкин стал первым исследователем в данной области. Он выявил, что молодежь в большинстве своем ориентирована на офисную работу, а также творческие профессии. Сегодня до 80 процентов выпускников средних школ ориентированы на продолжение обучения в вузах, при этом больше половины из них останавливают свой выбор на профессиях экономико-юридического профиля. Даже такое обстоятельство, как наименование профессии, в некоторых случаях определяет профессиональный выбор молодежи.

В сегодняшней ситуации обществу нужны представители рабочих профессий, а рынок труда переполняют бухгалтеры, юристы, менеджеры, столкнувшись с этой реальностью, молодежь разочаровывается и болезненно переживает свои неудачи в поиске интересной и хорошо оплачиваемой работы. Социологические исследования показывают, что молодые люди останавливают свой выбор не столько на самой работе, сколько на образе жизни представителей определенной социально-профессиональной группы.⁶ Молодежь стремится попасть в так называемую категорию «белых воротничков», выбирая в связи с этим высшее образование, получив которое сталкивается с отсутствием достойных рабочих мест. Не реализовав свои амбиции, молодежь либо продолжает искать работу, либо нанимается на работу, не соответствующую уровню профессиональной квалификации.

Для того чтобы определить приоритетные направления содействия достойной занятости, необходимо обратиться к данным государственных служб занятости, обладающим высокой информативностью и несущим в себе информацию о по-

⁵ <http://www.gks.ru>

⁶ Шубкин В. Н., Чередниченко Г. А. Молодежь вступает в жизнь (социологические исследования проблем выбора профессии и трудоустройства). М.: Мысль, 1985.

требностях экономики, о количестве, качестве и структуре безработных, эффективности профессиональной подготовки и переподготовки кадров.

По данным Росстата, на конец первого квартала 2016 года более 80% работодателей нуждаются в закрытии вакансий рабочих профессий. При этом с 2009 года наблюдается превышение доли безработных со средним и высшим профессиональным образованием над безработными с начальным и средним профессиональным образованием. Более 60% безработных, имеющих высшее и среднее образование, направлены центрами занятости на профессиональное обучение, но, несмотря на прохождение переподготовки, они так и остаются безработными.

Все вышеперечисленные факторы свидетельствуют о затяжном дисбалансе на рынке труда и дефиците рабочих мест с достойными условиями труда.

Оплата труда преобладающей части работающих лиц не обеспечивает условий достойного обеспечения их жизни, это означает, что заработная плата не выполняет свою главную функцию – воспроизводственную. Наиболее наглядно это проявляется в уменьшении доли официальной, так называемой «белой» заработной платы в общем объеме денежных доходов, которая в настоящее время составляет менее 30% от общего объема. По сравнительному анализу определено, что в западных странах она составляет примерно 70%. Рассматривая общую структуру населения с низким уровнем доходов, можно увидеть, что основную долю в ней, по данным на 2015 г., составляет экономически активное население – 72%, при этом показатель имеет растущий тренд. Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума составила:⁷

в 2011 году –	17,9 млн чел.,	12,7% от общей численности населения;
в 2012 году –	15,4 млн чел.,	10,7%;
в 2013 году –	15,5 млн чел.,	10,8%;
в 2014 году –	16,1 млн чел.,	11,2%;
в 2015 году –	19,1 млн чел.,	13,3%.

Среднемесячная заработная плата в Российской Федерации по состоянию на конец 1 квартала 2016 года составила 32122 рубля.⁸

Одной из самых острых экономических и социальных проблем является низкий уровень минимальной заработной платы, а вследствие этого про-

исходит обесценивание рабочей силы и увеличение дифференциации заработной платы между работниками, выплата так называемой «серой» заработной платы, утаиваемой от налогообложения.

В то же время необходимо отметить, что прожиточный минимум, устанавливаемый государством, не обеспечивает достойное воспроизводство рабочей силы, потому что включает в себя минимальный объем товаров и услуг, необходимых для удовлетворения первоочередных духовных и, главное, материальных потребностей. Следовательно, комплекс проблем в области оплаты труда предопределяет формирование дефицита достойного труда.

В 2015 году удельный вес работников, работающих в условиях, не отвечающих или не в полной мере отвечающих санитарно-гигиеническим нормам, составил 39,1%⁹ от общей численности работников организаций различных форм собственности и всех видов экономической деятельности, подпадавших под статистическое наблюдение. Зарегистрировано избыточное количество профессиональных заболеваний, особенно у работников строительных и сельскохозяйственных предприятий. Порой этому способствует формальное отношение работодателей к проведению периодических медицинских осмотров работающих лиц.

До 2014 года большая часть работодателей не выполняла требования трудового законодательства о проведении аттестации рабочих мест. Ситуация начала меняться в позитивную сторону с начала 2014 года в связи с введением в законодательство специальной оценки условий труда вместо аттестации рабочих мест и ужесточением штрафов. Так, с 1 января 2015 года сумма административного штрафа за непроведение специальной оценки условий труда составляет от пяти до восьмидесяти тысяч рублей в зависимости от формы собственности (индивидуальный предприниматель или юридическое лицо) или же влечет приостановление деятельности на срок до 90 суток.

Решение широкого спектра проблем по развитию социального партнерства требует активного участия в этом процессе представителей работников, работодателей, общественных организаций и других заинтересованных сторон.

В коллективных договорах конкретизируются такие обязательства сторон, как:

- обеспечение прав работников на здоровье и безопасные условия труда;
- обеспечение прав работников на достойную заработную плату;
- обеспечение работникам дополнительных гарантий и льгот;

⁷ <http://www.gks.ru>

⁸ <http://www.gks.ru>

⁹ <http://www.gks.ru>

- обеспечение эффективной и стабильной работы организации.

На сегодняшний день недостаточно эффективно используется механизм договорного регулирования по защите интересов и трудовых прав работников предприятий малого и среднего бизнеса. Несоввершенство и дисбаланс вертикально интегрированной структуры работодателей представляет собой одно из препятствий для развития продуктивного социального диалога в области управления социально-трудовыми отношениями.

Достойный труд – это важная, актуальная и значимая потребность и необходимость, определяющая будущее нашего общества. Каждое государство должно установить свои стратегические и тактические цели, для того чтобы снизить дефицит достойного труда. При постановке целей государство должно исходить из наличия собственных недостатков, условий, возможностей, уровня развития, исторических и культурных традиций. Обязательством концепции достойного труда является обес-

печение учета социальных интересов в мировой экономике не только в развитых, но и в развивающихся странах. Объединение таких целей, как соблюдение трудовых стандартов, обеспечение занятости населения, обеспечение гендерного равенства, социальный диалог в рамках концепции достойного труда, – это шаг, имеющий первостепенное значение на пути сбалансированного учета социальных и экономических целей и интересов.

Воплощение в жизнь основных принципов и положений концепции достойного труда даст возможность смягчить экономические и социальные последствия применяемых в отношении Российской Федерации санкций, вхождения Российской Федерации во Всемирную торговую организацию, что значительно активизирует такие процессы, как:

- повышение эффективности труда;
- борьба с бедностью;
- демографический прогресс;
- продвижение крупных общенациональных стратегий и программ.

Список литературы

1. Международная организация труда. Конвенции, документы, материалы : справоч. пособие. – М. : Изд-во «Дело и Сервис», 2007.
2. Аникин В. Модернизационный потенциал профессиональной структуры занятого населения России // Общество и экономика. – 2011. – № 11-12. – С. 35-64.
3. Anker R., Chernyshev I., Egger P., Mehran F., Ritter J. A. Measuring decent work with statistical indicators // International Labour Review. – 2003. – Vol. 142. – № 2. – P. 147-177.
4. Апокин А., Юдкевич М. Анализ студенческой занятости в контексте российского рынка труда // Вопросы экономики. – 2008. – № 6. – С. 98-111.
5. Барет-Рид П. Неотъемлемые признаки достойного труда // Человек и труд. – 2003. – № 3.
6. Bescond D., Chataignier A., Mehran F. Seven indicators to measure decent work: An international Comparison // International Labour Review, Volume 142, Number 2, ILO, Geneva, 2003/2. P. 179-211.
7. Bonnet F., Figueiredo J., Standing G. A family of decent work indexes // International Labour Review, Volume 142, Number 2, ILO, Geneva, 2003/2. P. 213-218.
8. Баймурзина Г. Р. Возможности и проблемы индикации показателей достойного труда в регионах России // Уровень жизни населения регионов России. – 2010. – № 8. – С. 51-64.
9. Восстановление и рост на основе достойного труда [Электронный ресурс] // Международная конференция труда. – 2010. – 99 сессия. – Режим доступа: <http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-ednorm/-relconf/documents/meetingdocument/wcms140844.pdf>, свободный.
10. Гоффе Н. Влияние кризиса на занятость и безработицу // МЭ и МО. – 2012. – № 8. – С. 27-39.
11. Давыдов С. Предельная привлекательность работы: понятие и измерение // Общество и экономика. – 2011. – № 8-9. – С. 228-247.
12. Добындо М. Н. Оптимальная занятость, достойный уровень жизни населения – стратегическая цель трансформации экономики // Труд и соц. отношения. – 2008. – № 2. – С. 35-42.
13. Достойный труд. Безопасный труд. Защита от ВИЧ/СПИДа : доклад МОТ к Всемирному дню охраны труда 2006 года. – Женева : Международное бюро труда, 2006.
14. Официальный сайт statistika.ru: Госкомстат, Росстат и государственные службы статистики РФ.
15. Официальный сайт Международной организации труда [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/decent-work-agenda/lang--it/index.htm> (дата обращения 21.02.2016).
16. Пугач В. Ф., Федорова Е. А. Трудоустройство выпускников российских вузов // Высшее образование в России. – 2011. – № 10. – С. 136-147.
17. Баймурзина Г. Р. Реализация принципов концепции достойного труда в России: региональный аспект / Г. Р. Баймурзина, Р. М. Валиахметов, Р. П. Колосова. – Уфа : АНРБ, Гилем, 2012. – 216 с.
18. Report 2008. Measurement of decent work. Discussion paper for the tripartite meeting of experts on the measurement of decent work. – Geneva : ILO Publications, September 2008. 61 p.

19. Ролз Дж. Теория справедливости : пер. с англ. В. В. Целищева при участии В. Н. Карповича и А. А. Шевченко. – Новосибирск : Изд-во Новосибирск. ун-та, 1995. – 215 с. – Опубликовано с разрешения Harvard University Press.
20. Степенко А. С. Обеспечение занятости молодежи – условие экономического роста страны // Соц. политика и социология. – 2011. – № 3. – С. 229-243.
21. Стряпихина А. А. Государственная политика СССР в области занятости (20-е годы XX века) // Труд и соц. отношения. – 2011. – № 3. – С. 91-96.
22. Садовая Е. С. Качество жизни населения мира: измерение, тенденции, институты / Е. С. Садовая, В. А. Сауткина. – М. : ИМЭМО РАН, 2012. – 208 с.
23. Тейлор Ф. У. Научная организация труда. – 2-е изд. – М., 1925.
24. Удовлетворены своей работой // ВЦИОМ, Инициативный всероссийский опрос 23-24 апреля, 2016.
25. Федеральная служба государственной статистики. – <http://www.gks.ru>
26. Федеральная служба по труду и занятости РФ. – <http://www.rostrud.ru>
27. Худякова С. С. Достойный труд: содержание понятия с позиции трудового права // Вестник Пермского университета. Юридические науки. – 2010. – Вып. 1 (7). – С. 48-56.
28. Шерер И. Н. Социально-экономическая трансформация регионального молодежного рынка труда : монография. – М. : Зерцало, 2011. – 192 с.
29. Шлихтер А. А. Влияние информационных технологий на занятость и эффективность труда: развитые страны // Менеджмент за рубежом. – 2005. – № 5.
30. Ghai D. Decent work: objectives and strategies. International Institute for Labour Studies. ILO. – Geneva, 2006. – 224 p.

A. M. Chupayda*

**Chupayda Alexander, PhD in Economics, Associate Professor of Togliatti State University, Togliatti*
 tchupaida@ya.ru

Yu. B. Varlahova*

**Varlahova Yulia, undergraduate of Togliatti State University, Togliatti*
 julasha1@rambler.ru

A. E. Bugaev*

**Bugaev Alexander, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti*
 bugaev_65@mail.ru

CURRENT STATE OF SOCIAL AND EMPLOYMENT SPHERE FROM THE POINT OF VIEW OF DECENT WORK DEFICIT

Keywords: content of labor, social and labor relations, decent work, International Labour Organization (ILO), unemployment, employment, labor efficiency, wages, working conditions.

The article considers the notion of «Decent Work», the concept of decent work according to International Labour Organization. It examines the existing definitions of decent work, and offers generalized definition of decent work. The article provides description of each characteristic of decent work from the proposed definition, and considers the main factors, characterizing the content of labor and the differences in the functions and content of work.

The research approaches the problems of decent work deficit, which is expressed in dissonance between the level of workers' skills and content of work.

The authors carried out the analysis of decent work indicators according to the Federal State Statistics Service for 2006–2016, which characterizes the present state of the social and labor sphere. This study deals with four main indicators characterizing the level of decent work: «decent employment», «adequate earnings and productive employment», «decent working time» and «labour safety».

«Decent employment» indicator includes: the proportion of employed persons to the total population (men and women); the proportion of young people who are not studying and not working, aged from 15 to 24 years; the unemployment rate over the past 10 years; the share of the informal sector in total employment.

«Adequate earnings and productive employment» indicator includes: the proportion of employees with low wages; the number of employed people living below the poverty line.

«Decent working time» indicator includes: the proportion of employees with long working hours (more than 48 hours per week).

«Labour safety» indicator includes: the level of industrial injuries with fatal outcome; the level of industrial injuries with non-fatal outcome.

Results of the analysis indicate a high deficit of decent work, existing at the moment. The research proves the necessity of urgent implementation of the basic provisions and principles of decent work as a form of social and labor relations.

© Чупайда А. М., Варлахова Ю. Б., Бугаев А. Е., 2016

МЕЗОУРОВЕНЬ

Региональное развитие

УДК .001.7

А. М. Валеева*

*Валеева Айгуль Мадхатовна, ст. преподаватель
 Башкирский государственный университет, г. Уфа
 valeeva_aigul@mail.ru

МОДЕЛИРОВАНИЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА

Ключевые слова: инновация, факторы, Башкортостан, прогнозирование, корреляционно-регрессионный анализ, регион.

Анализируются факторы, влияющие на инновационное развитие Республики Башкортостан. В настоящее время конкурентное преимущество субъектов экономических и общественных отношений на макро- и микроуровне формируют инновации и инновационную деятельность. Комплексной характеристикой интенсивности инновационной деятельности является инновационная активность. Базисным условием активизации инновационного развития региона является выявление факторов, влияющих на инновационное развитие. Оно подвержено действию постоянных и случайных факторов. Для выявления сущности изучаемых явлений в целях абстрагирования от случайных факторов предлагаем модель регрессионно-корреляционного анализа.

Современная рыночная экономика значительно усложнила социально-экономические процессы и потребовала адекватных методов их анализа и исследования. «Наука, стремясь к ясности, – говорит американский географ В. Бунге, – в конце концов оказывается вынужденной облачатся в математическую формулу... ибо эта форма гарантирует определенность и непротиворечивость».

Теоретической и методологической базой исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных исследователей, посвященные вопросам инновационной экономики, инновационного развития.

Вопросам инновационного развития территории и оценки уровня инновационного развития посвящены многочисленные аналитические публикации международных организаций: Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Европейской комиссии по инновациям и др.

Моделирование экономического объекта – это его гомоморфное отображение в виде совокупности уравнений, неравенств, логических отношений. Под математической моделью понимается объект, представленный в условных обозначениях, который в процессе исследования замечает объект-оригинал таким образом, что его непосредственное изучение дает новые знания об объекте-оригинале.

С выходом Российской Федерации на мировой рынок и переходом к экономике знаний стала остро ощущаться потребность в территориально дифференцированном подходе к развитию производительных сил с учетом инновации. Среди исследований по вопросам инновационного развития регионов, становления региональных инновационных систем особо следует отметить работы С. Архиреева, А. П. Лунева, А. Кузнецова, В. Феера и др. Но современная наука еще не дает достаточных ответов по конкретным инструментам инновационного развития региона и соответствующей государственной и региональной политики.

Теоретически можно утверждать, что мотивационными доминантами государства по формированию эффективных механизмов инновационного развития ее территорий является полнота природных ресурсов, мировые тенденции развития эконо-

мики и значительный инновационный потенциал России. Согласно данным Всемирного экономического форума в 2013–2014 гг. Россия среди 148 исследованных стран, несмотря на низкие показатели по многим экономическим позициям, по показателям способности к инновациям, занимает 64 место. Следовательно, необходимо больше внимания уделить вопросам инновационного развития территорий и науки и факторам, от которых они зависят.

Для создания модели инновационного развития региона мы использовали программу Excel. Пакет анализа в Excel – это надстройка, которая предоставляет широкие возможности для проведения статистического анализа.

Инновационное развитие региона экспертным путем было решено отразить через показатель – удельный вес инновационной продукции, товаров, работ и услуг в общем объеме отгруженной про-

дукции. Объектом исследования выступили данные по Республике Башкортостан, а источник для проведения анализа – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ.

Всю инновационную продукцию разделяют на вновь внедренную и усовершенствованную. Наибольшие объемы продукции обоих видов произвели предприятия обрабатывающего типа – 51,7 и 18,3 млрд рублей. На предприятиях добывающей промышленности вся инновационная продукция явля-

ется вновь внедренной. Предприятиями сферы услуг выпущено вновь внедренной продукции на 1,5 млрд рублей, усовершенствованной – на 3,2 млрд рублей.

Приведенный анализ на рис. 1 структуры инновационной продукции показывает, что в категории «вновь внедренная продукция» в 2013 г. наблюдается снижение на 21,4% по сравнению с 2012 г. и соответствующее увеличение «усовершенствованной продукции».

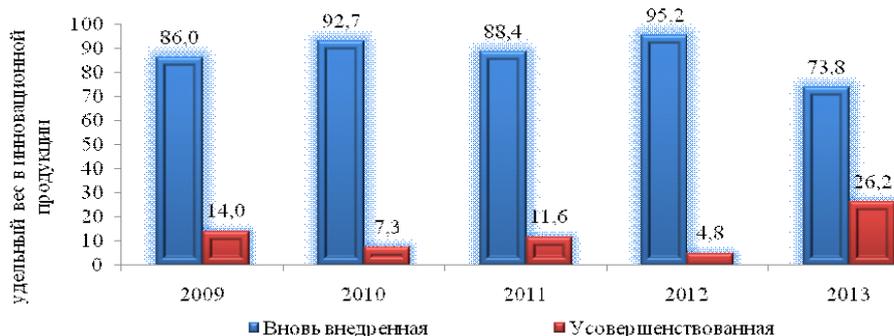
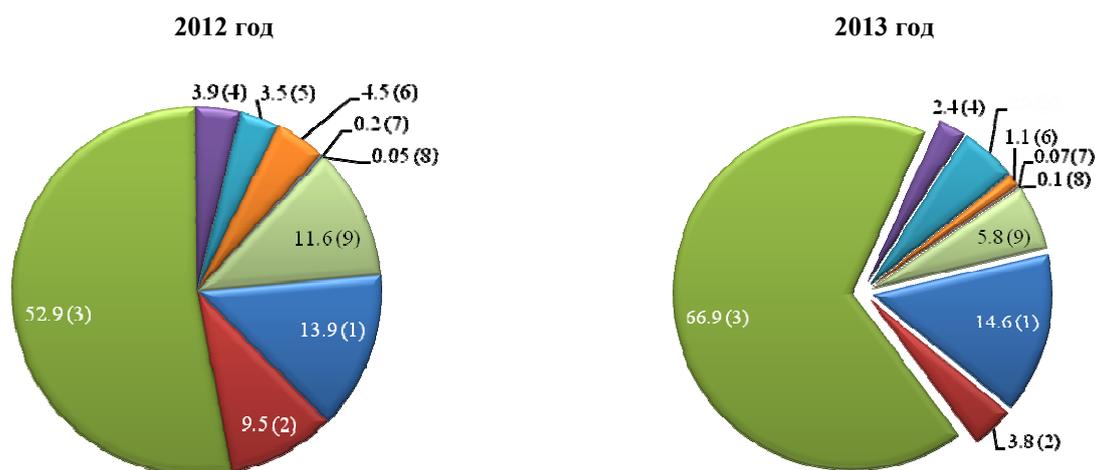


Рис. 1. Структура выпуска инновационной продукции

Масштабы инновационной деятельности определяются размером затрат, которые организация расходует на инновации. В условиях ограниченности ресурсов приобретает особенную актуальность проблема создания качественной системы управления затратами предприятий на инновационную деятельность. Затраты на технологические, маркетинговые и организационные инновации в 2013 г. составили 18505,8 млн рублей. Из общей суммы за-

трат 99,8% приходится на технологические инновации и по 0,1% на маркетинговые и организационные инновации.

В 2013 г. затраты организаций Республики Башкортостан на технологические инновации возросли по сравнению с 2012 г. на 44,8% и составили 18460,4 млн рублей (5-е место среди регионов ПФО) (рис. 2).



1 – Исследование и разработка новых продуктов, услуг и методов их производства, новых производственных процессов.

2 – Производственное проектирование, дизайн и другие разработки новых услуг и методов их производства, новых производственных процессов.

3 – Приобретение машин и оборудования, связанных с технологическими инновациями.

- 4 – Приобретение новых технологий.
- 5 – Приобретение программных средств.
- 6 – Другие виды подготовки производства для выпуска новых продуктов, внедрения новых услуг и методов их производства.
- 7 – Обучение и подготовка персонала, связанные с инновациями.
- 8 – Маркетинговые исследования.
- 9 – Прочие затраты на технологические инновации

Рис. 2. Структура затрат на технологические инновации, %

В структуре затрат на технологические инновации сохранилась тенденция к увеличению затрат на приобретение машин и оборудования, в 2013 г. доля таких расходов составила 66,9% от общей совокупности затрат (в 2012 г. – 59,3%). Существенные затраты были направлены на исследования и разработки – 14,6% (в 2012 г. – 13,9%), приобретение программных средств – 5,2% (в 2012 г. – 3,5%). Недостаточно финансируются такие стратегически важные направления инновационного развития, как обучение и подготовка персонала (0,1%), маркетинговые исследования (0,1%).

Корреляционно-регрессионный анализ проводился в несколько этапов:

1) определяются исходные факторы, влияющие на результативный показатель, и отбираются наиболее существенные из них;

2) осуществляется сбор по факторному и результативному показателю в динамике;

3) проводится проверка собранных данных на содержание аномальных уровней;

4) связь между изучаемыми параметрами обосновывается математическим уравнением, которое наиболее точно выражает сущность исследуемой зависимости;

5) оценивается корреляционно-регрессионная связь: уравнение связи, коэффициенты корреляции, детерминации, эластичности и др.;

6) проводится интерпретация результатов анализа и оценка практической значимости.

В рамках первого этапа определяем перечень показателей, которые предлагается включить в модель. Независимые, объясняющие показатели (факторы) X отражены в табл. 1.

Таблица 1

Исходные данные для анализа

Условное обозначение	Наименование фактора
X1	Валовой региональный продукт
X2	Затраты на инновации
X3	Уровень безработицы
X4	Научные организации, выполняющие научно-исследовательские работы
X5	Уд. вес докторов наук в общей численности исследователей и техников
X6	Численность исследователей с учеными степенями
X7	Число студентов, приходящихся на 10000 чел. населения
X8	Численность персонала, занятого научными исследователями и разработками
X9	Удельный вес выданных патентов в общем числе заявок
X10	Инновационная активность организации в регионе
X11	ВРП на душу населения
X12	Уд. вес бюджетных средств в источниках инвестиции в основной капитал

Для точности результатов анализа мы провели ретроспективный анализ за 15 лет.

Для выявления аномальных уровней временных рядов применили метод Ирвина, который предполагает использование следующей формулы:

$$\lambda_{x2t} = \frac{|x_{1t} - x_{1t-1}|}{\delta_{x1}} \quad (1)$$

где среднеквадратическое отклонение рассчитывается, в свою очередь, с использованием формулы:

$$\lambda_{x_{2t}} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_{1t} - \bar{x}_{1t})^2}{n-1}} \quad (2)$$

После того как убрали аномальные значения, которые смогли бы негативно повлиять на результат моделирования, рассчитаем парные коэффициенты корреляции и оценим их значимость.

Расчет парного коэффициента корреляции проводится по формуле:

$$r_{yx} = \frac{\sum (Y_i - \bar{Y}) * (X_i - \bar{X})}{\sqrt{\sum (Y_i - \bar{Y})^2 * \sum (X_i - \bar{X})^2}} \quad (3)$$

где Y_i, x_i – результативный и факторный показатели в i -й период времени;

\bar{Y}, \bar{X} – среднее арифметическое значение исследуемых показателей.

Значение коэффициентов парной корреляции находится в интервале от -1 до $+1$. Положительное значение коэффициента свидетельствует о прямой связи, отрицательное – об обратной, т. е. когда одна переменная растет, другая уменьшается. Чем ближе его значение к 1 , тем теснее связь. Связь считается достаточно сильной, если значение коэффициента корреляции по абсолютной величине превышает $0,7$, и слабой, если меньше $0,4$. При равенстве его нулю связь полностью отсутствует. В модель включаются факторы, оказывающие сильное воздействие на результативный показатель. Не рекомендуется включать в модель факторы, связь которых с результативным показателем носит практи-

чески функциональный характер, т. е. коэффициент корреляции стремится к единице. Явление мультиколлинеарности в исходных данных считается установленным, если коэффициент парной корреляции между двумя переменными превышает $0,85$. Чтобы избавиться от мультиколлинеарности, в модель включают лишь один из линейно связанных между собой факторов, причем тот, который в большей степени связан с зависимой переменной.

Расчет парных коэффициентов корреляции в данном исследовании осуществлен автоматизированным способом в среде MS Excel с помощью пакета Анализ данных и Опции Корреляция (рис. 3).

	Y	X2	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12
Y	1,000												
X1	0,216	1,000											
X2	0,382	0,897	1,000										
X3	0,119	-0,658	-0,475	1,000									
X4	-0,363	-0,343	-0,324	0,524	1,000								
X5	0,352	0,835	0,701	-0,658	-0,714	1,000							
X6	-0,239	0,181	0,302	0,099	0,669	-0,340	1,000						
X7	0,249	0,231	0,109	-0,466	-0,836	0,642	-0,751	1,000					
X8	-0,310	-0,659	-0,530	0,466	0,649	-0,825	0,481	-0,610	1,000				
X9	0,047	0,054	0,075	-0,066	-0,534	0,206	-0,204	0,369	-0,230	1,000			
X10	0,167	0,699	0,590	-0,410	-0,433	0,755	-0,169	0,566	-0,679	0,361	1,000		
X11	0,221	0,998	0,879	-0,657	-0,356	0,850	0,147	0,259	-0,672	0,065	0,719	1,000	
X12	-0,085	-0,812	-0,596	0,867	0,626	-0,905	0,222	-0,577	0,714	-0,163	-0,618	-0,822	1,0

Рис. 3. Матрица парных коэффициентов корреляции

Как видно из рис. 3, факторы, включенные в исследование экспертным путем и в соответствии с Распоряжением Правительства Российской Федерации от 10 апреля 2014 года № 570-р, принятое в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 10 сентября 2012 года № 1276 «Об оценке эффективности деятельности руководителей федеральных органов исполнительной власти и высших должностных лиц (руководителей высших

исполнительных органов государственной власти) субъектов Российской Федерации по созданию благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности, имеют с результативным показателем слабую связь, т. е. меньше $0,4$. А валовой региональный продукт и затраты на инновации, удельный вес бюджетных средств в общих источниках инвестиции в основной капитал, удельный вес докторов наук в общей численности исследо-

вателей с учеными степенями имеют сильную связь, так как коэффициент корреляции более 0,8. Они являются мультиколлинеарными факторами. Для построения модели в формуле оставим наиболее значимые факторы (по модулю). Следовательно, имеем следующие данные: $g_{x1}=0,216$; $g_{x2}=0,382$; $g_{x4}=-0,36$. Значение коэффициентов говорит о слабой связи между факторами и результативным показателем. Далее осуществляется проверка собранных данных на однородность, точность и подчинение закону нормального распределения. После этого моделируется вид связи между факторами и результативным показателем, т. е. подбирается и обосновывается математическое уравнение множественной регрессии.

Выдвигается гипотеза, что между факторами и результативным показателем существует линейная связь, которая описывается уравнением множественной регрессии:

$$Y=A_0+A_1*X_1+A_2*X_2, \quad (4)$$

где A_0 – свободный член уравнения при $X=0$;
 X_1 - X_2 – группа факторов, определяющих уровень изучаемого результативного показателя;

A_1 - A_2 – коэффициенты регрессии при соответствующих факторных показателях, характеризующие уровень влияния факторов на результативный показатель в абсолютном выражении.

Параметры уравнения множественной регрессии определяются с помощью пакета «Анализ данных» и опции «Регрессия».

Согласно полученным результатам, представленным на рис. 4, уравнение множественной регрессии имеет вид:

$$Y_{xi} = 0,5036 - 2,422 * X_1 + 1,532 * X_2 - 0,01 * X_3. \quad (5)$$

Из полученного уравнения видно, что имеется связь между каждым фактором и результативным показателем. Действительно, повышение затрат на инновации ведет к увеличению удельного веса инновационных товаров.

	df	SS	MS	F	аналитичность F
Регрессия	3	0,077964	0,025988	1,674356	0,229601
Остаток	11	0,170734	0,015521		
Итого	14	0,248698			

	Коэффициент	Стандартная ошибка	Значимые значения	95% доверительный интервал	95% доверительный интервал	95% доверительный интервал
Y-пересек	0,503635	0,384296	1,31054	0,216716	-0,34219	1,349463
Переменная	-2,4E-07	1,88E-07	1,28722	0,224445	-6,6E-07	1,72E-07
Переменная	1,53E-05	9,23E-06	1,661252	0,124867	-5E-06	3,56E-05
Переменная	-0,00615	0,005282	1,16349	0,269249	-0,01777	0,00548

Рис. 4. Расчет параметров модели с наиболее значимым набором факторов

Таким образом, полученная модель требует пересмотра ряда факторов, которые сильнее влияют на объем инновационной продукции и рост валового регионального продукта. На основе корреляционно-регрессионной модели при правильном подборе факторов является возможным прогноз инновационного развития на будущее.

Результаты данного исследования могут быть использованы государственной властью в целях совершенствования системы управления развитием Республики Башкортостан, позволят пересмотреть мониторинг эффективности деятельности регионов России, что будет способствовать качественной оценке и повышению эффективности функционирования исполнительной власти.

Список литературы

1. Filippetti A. Varieties of decentralization, institutional complementarities, and economic growth: evidence in OECD countries(*) // 54^o Conferenza SIE, 24-26 ottobre 2013 Università di Bologna.
2. Bakieva G. R. Analysis of tourist-recreational resources of the Republic of Bashkortostan // 20-th International Scientific Conference COMATTECH2012 / Slovak University of technology in Bratislava. – Trnava, 2012.
3. Weingast B. R., 2013. Second Generation Fiscal Federalism: Political Aspects of Decentralization and Economic Development. World Development Forthcoming.
4. Ансофф И. Стратегическое управление. – М. : Экономика, 1989.

5. Бакиева Г. Р., Закиров И. В. Анализ влияния инвестиционного климата на развитие туризма в Республике Башкортостан // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2016. – № 1 (43). – С. 51-56.
6. Бакиева Г. Р. Анализ факторов, влияющих на деятельность туристских фирм // Вестник Орловского государственного университета: серия Гуманитарные исследования. – 2012. – № 6.
7. Бунге В. Теоретическая география : пер с англ. – М. : Прогресс, 1967.
8. Бунич А. П. Инновации и конкурентная борьба // Инновации. – 2005. – № 5.
9. Валинурова Л. С. Инновационное развитие региона: методологические основы и перспективные направления : монография. – М. : Палеотип, 2011.
10. Воронина Л. А. Развитие интеграционных процессов взаимодействия инновационной вузовской науки и реального сектора экономики / Л. А. Воронина, И. С. Кудинова // Инновации. – 2007. – № 5.
11. Голиченко О. Г. Национальная инновационная система России. Состояние и пути развития. – М. : Наука, 2006.
12. Государственное регулирование рыночной экономики / В. Н. Архангельский и др. – М. : Изд-во РАГС, 2005.
13. Губадуллина Ф. С. Глобализация инновационной деятельности // ЭКО. – 2007. – № 7.
14. Гусев К. Н. Инновации в России: проблемы и перспективы // Банковское дело. – 2010. – № 1. – С. 12-16.
15. Курнышев В. В. Региональная экономика. Основы теории и методы исследования : учеб. пособие. – 2-е изд., пер. и доп. – М. : КноРус, 2011. – С. 114.
16. Валдайцев С. В. Малое инновационное предпринимательство : учеб. пособие / С. В. Валдайцев, Н. Н. Молчанов, К. Пецольт. – М. : Проспект, 2011. – 536 с. – <http://www.zavtrasessiya.com/index.pl?act=PRODUCT&id=603>
17. Погодина Т. В. Экономический анализ и оценка инновационной активности и конкурентоспособности регионов Приволжского федерального округа // Региональная экономика: теория и практика. – 2005. – № 4. – С. 34-39.
18. Самуэльсон П. А. Основы экономического анализа : пер. с англ. – СПб. : Экономическая школа, 2002.
19. Гришин В. В. Управление инновационной деятельностью в условиях модернизации национальной экономики : учеб. пособие. – М. : Дашков и К°, 2010. – 366 с. – <http://www.zavtrasessiya.com/index.pl?act=PRODUCT&id=603>
20. Федеральная служба государственной статистики [Официальный сайт]. – www.gks.ru
21. Холмер О. Метод Дельфи / О. Холмер, Т. Гордон // Методы менеджмента качества. – 2008. – № 4. – С. 19.

A. M. Valeeva*

*Valeeva Aigul, graduate student of
Bashkir State University, Ufa
valeeva_aigul@mail.ru

MODELING OF FACTORS AFFECTING THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE REGION

Keywords: innovation, factors, Bashkortostan, forecasting, correlation and regression analysis, region.

The article analyzes factors, influencing upon the innovative development of the Republic of Bashkortostan. Currently, the competitive advantage of the subjects of economic and public relations at macro- and micro-levels is formed by innovations and innovative activities. Complex characteristic of the intensity of innovation is the innovative activity. Basic condition for activation of innovative development of the region is the identification of factors, influencing upon the innovative development, as it is influenced by constant and random factors. To identify the essence of the studied phenomena and not to be distracted by random factors, it is suggested to use the model of regression-correlation analysis.

Modern market economy significantly complicated social and economic processes and required adequate methods of analysis and research. «Science, striving for clarity, is eventually forced to be expressed in mathematical formula ... for this form guarantees certainty and consistency», – says the American geographer W. Bunge.

Theoretical and methodological basis of this research is composed by scientific works of domestic and foreign researchers on issues of innovative economy and innovative development.

Issues of innovative development of territories and assessment of the level of innovative development made the subjects of numerous analytical publications of international organizations: the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), the European Commission for Innovation and others.

Modeling of economic object is its homomorphic representation as a set of equations, inequalities and logical relations. Under mathematical model we mean the object represented in the form of symbols. Such object replaces the original object in the research process, so that its direct study provides new knowledge about the original object.

© Валеева А. М., 2016

УДК 332.1

Л. В. Иваненко*

**Иваненко Лариса Викторовна, доктор экономических наук, профессор Самарский национальный исследовательский университет им. академика С. П. Королева, г. Самара
ivanenko_lv@mail.ru*

МОДЕРНИЗАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ПУТЕМ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА

(Работа выполнена в рамках финансирования гранта: региональный конкурс «Волжские земли в истории и культуре России» 2016 – Самарская область. Тип проекта 16 – 12 – 63004. Тема проекта: «Актуальные вопросы интеграции, диверсификации и модернизации регионального промышленного комплекса». Номер государственной регистрации НИОКР: АААА-А16-116041310109-7)

Ключевые слова: промышленные предприятия, модернизация, кластеризация, инновации, организация экономики, производственный кластер, региональный экономический кластер.

Актуальность предлагаемого исследования подтверждается наличием активных процессов кластеризации в регионе и необходимостью модернизации регионального промышленного комплекса. Показано проведение кластерной политики в регионе. Промышленно-производственные или экономические кластеры представлены как форма организации промышленности.

Определение или выявление способов и методов проведения модернизации промышленного комплекса Самарского региона являются целью данной работы. Результатом проведенного исследования предлагается разработка и формирование регионального экономического кластера, в процессе осуществления которого происходит модернизация промышленных предприятий. Таким образом, в работе рекомендуется проведение модернизации промышленности на основе формирования кластеров. Эта инновационная форма представляет собой интеграционную модель модернизации промышленного комплекса в региональной экономике.

Усиливающийся рост процессов модернизации промышленных предприятий в Самарской области привел к необходимости появления новых форм, видов и способов организации региональной экономики, что и подтверждает актуальность предлагаемого исследования.

Целью работы является определение способа или выявления метода для проведения модернизации промышленного комплекса Самарского региона. В качестве результата предлагается формирование регионального экономического кластера, в процессе создания которого осуществляется или одновременно происходит модернизация промышленных предприятий. Например, достаточно широко в регионе распространена кластероориентированная форма организации экономики в виде промышленно-производственных экономических кластеров [1, 6-8]. Эта инновационная форма представляет собой новую экономическую категорию, которая обладает всеми преимуществами территориальной интеграции.

На IX самарском межрегиональном экономическом форуме «Кластерная политика – основа инновационного развития национальной экономики» рассматривались следующие направления: перспективы развития и инструменты поддержки промышленных кластеров, инжиниринг в кластерах, инструменты финансирования кластеров, роль ре-

гионов в процессе реализации кластерных инициатив и ряд других.

Ассоциация инновационных регионов России объединяет 14 субъектов Российской Федерации. Самарский регион, являясь членом данной ассоциации, проводит активную территориальную кластерную политику. В кластерах Самарского региона наблюдается мощная концентрация и интеграция бизнеса (крупного, среднего и малого), науки (НИИ, вузы, научные центры) и усилий местных органов власти. Кластерный подход в Самарской области осуществляется в процессе функционирования промышленных кластеров, созданных в ряде отраслей.

Промышленный комплекс – это совокупность промышленных предприятий, расположенных на территории региона, т. е. Самарской области. Отметим, что аэрокосмическая и машиностроительная отрасли региональной промышленности уже прошли (говоря об этом с достаточной степенью условности) определенную модернизацию благодаря созданию соответствующих кластеров. Учитывая, что еще имеется кластер нефтепереработки и химический, то можно сказать, что промышленный комплекс уже состоит из некоторой совокупности промышленных кластеров.

Стратегия социально-экономического развития региона предполагает модернизацию промышлен-

ности региона и создание кластерной организации. Эта инновация представляет собой интеграционную модель модернизации промышленного комплекса в региональной экономике. Представляется целесообразным объединить два этих направления и создать проект модернизации на основе кластерной организации промышленности региона. В связи с этим требуются два документа: программа модернизации и программа кластеризации, т. е. создания или формирования кластеров, которые должны быть интегрированы друг в друга.

Затем необходимо сформировать научно-производственный коллектив для разработки проекта модернизации промышленности на основе региональной кластерной организации. В состав данного научно-производственного коллектива должны войти представители региональных властно-управленческих структур, отвечающие за проведение в регионе модернизации и кластеризации, а также представители бизнеса (в том числе участники или члены работающих кластеров) и научного сообщества.

Кроме того, чрезвычайно важным и остро необходимым является выработка организационно-экономического механизма для реального внедрения проекта модернизации промышленности в регионе.

Таким образом, в работе впервые предлагается рассмотреть кластеризацию как основу модернизации промышленности.

В соответствии с программой модернизации примерная схема разработки проекта промышленного кластера может быть представлена следующим образом:

- сначала определяется отраслевая специализация кластера и конечная продукция;
- затем выявляются территориальное расположение кластера и его основные члены или участники;
- составляется карта кластера;
- разрабатывается функциональная карта промышленного кластера;
- выявляются ключевые проблемы;
- разрабатывается функциональная карта промышленного кластера после реализации стратегического кластерного проекта;
- определяется эффект от реализации стратегического кластерного проекта;
- разрабатываются формы поддержки промышленного кластера;
- составляется организационная схема управления промышленным кластером.

Далее представляется необходимым хотя бы кратко представить содержание понятий кластера и регионального кластера.

Кластер – это территориальное пространственное неформальное объединение интегрированных

независимых предприятий, формирующих цепочку добавленной стоимости и создающих синергетический и мультипликативный эффекты, способствующие повышению конкурентоспособности данной конкретной территории региона.

Организационная структура кластера определяется взаимодействием внутри членов кластера, прямыми связями, формированием и совокупностью обратных связей, оказывающих стабилизирующее воздействие на функционирование всех участников или членов кластера. Такой кластер имеет законченную организационную структуру, обладает высокой конкурентоспособностью. Кроме того, между членами или субъектами кластера отмечаются динамичные горизонтальные и вертикальные связи.

Характеризуется действующий кластер законченной организационной структурой, активными прямыми и обратными связями, значительной обшей кластерной конкурентоспособностью и каждого из его членов.

Региональный кластер – это специфическая форма территориальной организации в условиях особой инновационной среды в виде совокупности кластеров, создающих в регионе цепочку добавленной стоимости, формирующих синергетический эффект, повышающих конкурентоспособность региона по направлениям развития существующих кластеров, интегрированных в жизнедеятельность региона и идентифицированных на его территории.

Организационная структура определяется взаимодействием кластеров, сформировавших региональную структуру кластеров, и некоторыми объектами инфраструктуры, вошедшими в региональный кластер.

Содержание определения, сущность регионального кластера, его организационная структура вполне соответствуют требованиям, предъявляемым к содержанию понятия «модернизация». Таким образом, формируется предположение или мнение, что создание регионального кластера может служить в качестве инструмента или способа осуществления модернизации.

Поэтому рассмотрим процесс создания регионального кластера. Для этого требуется выполнение следующих условий:

- наличие стратегии развития региона, учитывающей определение, выявление и идентификацию существующих кластеров с целью создания регионального экономического кластера;
- присутствие основного или главного бизнеса или производства, а также сети поставщиков и вспомогательных предприятий, связанных общим технологическим процессом и потребителями готового продукта или услуги;
- предоставление возможности обмена информацией, инновациями, благами между субъектами

регионального кластера в процессе его создания и дальнейшего функционирования;

- активное участие региональных властно-управленческих органов в создании и функционировании кластеров, обеспечивающее льготное налогообложение, социальные пакеты, налоговое кредитование, предоставление субсидий и др.;

- управление кластером должно основываться на открытости и доверии и осуществляться специально созданным органом или управляющей компанией;

- наличие благоприятного бизнес-климата в регионе.

Региональная кластерная модель промышленного комплекса в своем составе содержит:

- основное производство продукта, т. е. мощный корневой бизнес;

- сопутствующие производства;

- вспомогательные производства;

- сеть поставщиков;

- сеть потребителей;

- вузы, научно-исследовательские организации, информационные центры, бизнес-инкубаторы и пр.;

- разнообразную инфраструктуру, обеспечивающую функционирование кластера;

- представителей органов власти.

Также эффективное функционирование регионального кластера обеспечивается всеми видами необходимых ресурсов (трудовые, финансовые, земельные и пр.).

Каждому региональному кластеру необходима организация, способствующая его развитию, и кластерный менеджмент [2].

В процессе создания цепочки добавленной стоимости все промышленные предприятия, являющиеся участниками или членами кластера, взаимосвязаны. В кластерной структуре проявляются положительные синергетические эффекты, возникающие в результате территориальной близости производителей и потребителей, благодаря наличию инноваций, сетевых эффектов и диффузии знаний и умений за счет миграции персонала.

Важным представляется то, что в границах территории региона объединяются промышленные предприятия, производства и организации с близкими технологическими и взаимодополняющими друг друга процессами. Причем это способствует все большему взаимодействию и взаимозависимости предприятий промышленного комплекса.

Таким образом, создаются устойчивые связи, обеспечивающие обмен продукцией, услугами, информацией, инновациями и одновременно формирующие кластерный комплекс, в котором проявляется заметный синергетический эффект [3].

Следует отметить, что только в том случае предприятия могут считаться членами кластера, ес-

ли между ними уже возникли сильные взаимосвязи, существуют активные материальные и финансовые потоки, а также они территориально располагаются в непосредственной близости друг от друга.

Присутствие регионального промышленно-производственного экономического кластера, образованного в процессе осуществления модернизации, приносит региону определенные преимущества [4]:

- Во-первых, происходит рост производительности труда на предприятиях, являющихся членами или участниками кластера, и повышается эффективность их деятельности.

- Во-вторых, увеличиваются масштабы производства и, соответственно, снижаются издержки промышленного производства.

- В-третьих, активизируется формирование научно-исследовательской инфраструктуры, в результате чего ускоряются темпы развития инновационных процессов, и активизируется модернизация.

- В-четвертых, возникают совсем новые или начинают функционировать модернизированные промышленные предприятия, производства и компании и, соответственно, стимулируется создание новых кластеров и кластерных объединений, что в дальнейшем способствует в том числе и улучшению кадровой политики в промышленном комплексе региона.

- В-пятых, властно-управленческие органы приобретают более удобный механизм взаимодействия с бизнесом.

- В-шестых, увеличивается налогооблагаемая база региона, возрастает число налогоплательщиков, появляются новые дополнительные возможности для экономического развития территории.

- В-седьмых, улучшается структура занятости населения, увеличивается уровень заработной платы в регионе.

Конечно, наибольшее внимание формированию, функционированию и развитию кластеров должны уделять местные муниципальные и региональные власти. Именно они должны проводить соответствующую политику (налоговую, бюджетную, социальную), чтобы поддержать необходимые условия деятельности кластеров. Традиционно органы власти регионального и муниципального уровня максимально владеют всей информацией и разнообразными сведениями об экономическом состоянии предприятий и организаций, которые являются членами или участниками кластеров.

Кроме того, региональные и муниципальные власти испытывают собственную заинтересованность и имеют большие возможности в организации помощи по формированию тесных взаимоотношений внутри кластера между предприятиями-участниками. Также важным и интересным представляется взаимодействие научного сообщества и

местного бизнеса с предприятиями – членами кластера.

Следовательно, создаются условия модернизации и возможности совместного решения общих производственных проблем на данной территории.

Очевидно, что и деятельность федеральных органов власти направлена на обеспечение жизнедеятельности промышленно-производственных экономических кластеров. Это подтверждается тем, что в стране разработана и принята «Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 года», которая содержит не только различные направления социально-экономического развития, но и предусматривает непосредственное создание сети территориально-производственных кластеров, которые должны реализовать потенциал территорий и сформировать инновационные высокотехнологичные производственно-промышленные кластеры в стране. Очевидно, что реализация потенциала территорий – это как раз и есть раскрытие дополнительных возможностей проведения модернизации. А создание сети территориально-производственных кластеров – это практически означает формирование регионального экономического кластера.

Надо сказать, что Самарский регион был одним из первых, который положил начало созданию региональной инновационной промышленно-производственной кластерной системы.

С учетом вышеуказанной «Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 года» в 2006 году на региональном уровне была разработана «Стратегия социально-экономического развития Самарской области до 2020 года», которая была утверждена Постановлением правительства Самарской области от 09.10.2006 года № 129. Данная стратегия основана на кластероориентированном подходе, который обосновывает создание центров роста экономики

региона в наиболее конкурентоспособных, высокотехнологичных отраслях: авиационно-космической, нефтехимической, автомобилестроительной, транспортно-логистической.

Необходимо сказать, что в течение последних 10 лет со дня принятия этой стратегии и до настоящего времени в Самарском регионе велась и продолжается постоянная, кропотливая и очень непростая работа по формированию кластеров. Практика свидетельствует, что Самарский региональный кластер уже может быть сформирован следующими действующими кластерами: во-первых, Поволжский автомобильный кластер, во-вторых, аэрокосмический кластер с тремя подкластерами, нефтедобывающий кластер и химический. Это четыре корневых мощных основных бизнеса или ядра, вокруг которых формируется региональный экономический кластер, в процессе создания которого осуществляется или одновременно происходит модернизация промышленности

Участие в кластере региональных властно-управленческих структур позволит производить эффективную государственную поддержку промышленным предприятиям для осуществления модернизации. Необходимо подчеркнуть, что именно ведение кластерной политики является прерогативой власти в регионе. Поэтому усилия органов власти, администрации региона, в рамках исполнения своих обязанностей, должны направляться к внедрению кластеров как к осуществлению инновационной модернизации.

Следует отметить, что предлагаемый в данной статье аспект в предыдущих исследованиях не рассматривался, а изложенные материалы представляют ценность для представителей бизнеса – промышленных предприятий, а также органов власти, администраций города и региона – и могут быть использованы в процессе их практической деятельности.

Список литературы

1. Эсаулова Д. А. Кластеры как основа модернизации социальной сферы // Д. А. Эсаулова, А. А. Курасова, Е. С. Новоселова. – URL: http://www.rusnauka.com/29_NNM_2008.
2. Кластеризация как способ обеспечения конкурентоспособности региона. – <http://ecsocman.edu.ru/db/msg/220562.html>
3. Портер М. Конкуренция : пер. с англ. – М. : Изд. дом «Вильямс». – СПб., М., К., 2003. – 608 с.
4. Иваненко А. А. Организационно-экономический механизм обеспечения процесса кластеризации в регионе // Вестник Самарского государственного университета. Гуманитарная серия. – 2011. – № 2/1 (82). – С. 90-94.
5. Мосейко В. О. Выявление региональных кластеров: методологические подходы / В. О. Мосейко, В. В. Фесенко // Региональная экономика: теория и практика. – 2008. – № 7 (64). – С. 58-64.
6. Новые формы организации инновационного процесса. Международный опыт. – http://www.subcontract.ru/Docum/Docum>Show_Docum/D_174.html
7. Нефедьев А. Д. Кластеры как форма регионального экономического сотрудничества. Аналитическая записка. – [/http://www.bpi.consultinfo.ru/product/free.php?p=1004](http://www.bpi.consultinfo.ru/product/free.php?p=1004)
8. Евсеев О. С., Коновалова М. Е. Развитие инновационной инфраструктуры в условиях модернизации национальной экономики // Экономические науки. – 2012. – № 9-12. – С. 220-224.

9. Арутюнов Ю. А., Киселева М. М., Коротаева О. В. Опыт практической работы по инновационному развитию регионального/отраслевого подкластера образовательных учреждений : учеб. пособие. – Долгопрудный : МФТИ, 2011.
10. How to institutionalize innovative clusters? Comparing explicit top-down and implicit bottom-up approaches. Article. Research Policy, Volume 34, Issue 8, October 2005, Pages 1250-1268 Martina Fromhold-Eisebith and Günter Eisebith. – <http://www.sciencedirect.com>
11. Mercedes Delgado, Michael E. Porter, Scott Stern. Defining clusters of related industries. Working Paper 20375 <http://www.nber.org/papers/w20375> NATIONAL bureau of economic research 1050 Massachusetts Avenue Cambridge, MA 02138 August 2014 This
12. [http://grappesmontreal.ca/cluster-development/definition-of-industrial-cluster/ ?L](http://grappesmontreal.ca/cluster-development/definition-of-industrial-cluster/)
13. <https://hbr.org/1998/11/clusters-and-the-new-economics-of-competition>
14. Delgado M., M. E. Porter and S. Stern, 2014, Clusters, Convergence, and Economic Performance, Research Policy, forthcoming.
15. Cortright J., 2010. The Athletic and Outdoor Industry Cluster: A White Paper, Impresa Economics.
16. Everitt B. S., S. Landau, M. Leese and D. Stahl, 2011. Cluster Analysis, 5th Edition, John Wiley & Sons, Ltd., Chichester, UK.
17. Feldman M. P. and D. Audretsch, 1999. Innovation in Cities: Science-based Diversity, Specialization, and Localized Competition, European Economic Review, 43, pp. 409-29.
18. Feldman M. P., J. Francis, and J. Bercovitz, 2005. Creating a Cluster While Building a Firm: Entrepreneurs and the Formation of Industrial Clusters, Regional Studies, 39 (1), pp. 129-141.
19. Feldman M. P., A. G. Reed, L. Lanahan, G. McLaurin, K. Nelson and A. Reamer, 2012. Innovative Data Sources for Economic Analysis, e-book.

L. V. Ivanenko*

**Ivanenko Larisa, Doctor of Economics, Professor of Samara National Research University of S. P. Korolev, Samara*
ivanenko_lv@mail.ru

**MODERNIZATION OF INDUSTRIAL COMPLEX
BY THE FORMATION OF REGIONAL ECONOMIC CLUSTER**

(The research was performed as part of the grant: regional competition «Volga region in the history and culture of Russia» 2016 – Samara region. Type of project: 16 – 12 – 63004. Project name: «Actual issues of integration, diversification and modernization of the regional industrial complex» R&D State registration number: AAAA-A16-116041310109-7)

Keywords: industrial enterprise, modernization, clustering, innovation, organization of economy, industrial cluster, regional economic cluster.

The relevance of this research is determined by the presence of active clustering processes in the region and the need for modernization of the regional industrial complex. The article describes the implementation of cluster policy in the region. Industrial and production or economic clusters are presented as a form of industrial organization.

Definition and identification of ways and methods of carrying out the modernization of the industrial complex of Samara region is the purpose of this work. As a result of this research we suggest the development and formation of regional economic cluster, which naturally implies modernization of industrial enterprises. Thus, the article recommends industrial modernization based on formation of clusters. This innovative form represents integration model of modernization of industrial complex in the regional economy.

© Иваненко Л. В., 2016

УДК 334

М. В. Коротов***Коротов Марк Викторович, магистрант**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти**markkorotov@yandex.ru**Научный руководитель: д.э.н., проф. Баимачникова Е. В.*

СИСТЕМНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Ключевые слова: предпринимательство, торговля, бизнес, история, развитие, конкуренция, предприниматель, предпринимательская деятельность, акционеры, банки.

В экономической науке процесс создания стройной теории предпринимательской деятельности не завершен. Существующий мировой опыт развития предпринимательской деятельности инициировал мировую экономическую мысль на осмысление, обобщение этого опыта, выработку экономической теории предпринимательства.

Вместе с тем в экономической науке, во-первых, нет общепризнанного определения предпринимательской деятельности как особого вида экономической деятельности; во-вторых, имеет место фактическое отождествление предпринимательства как социального слоя и как вида деятельности; в-третьих, отсутствуют четкие критерии в разграничении понятия «предпринимательская деятельность» с пограничными понятиями (например, бизнес, хозяйственная деятельность).

В статье рассмотрен исторический аспект развития предпринимательской деятельности в России, показана эволюция терминологической, содержательной сущности понятий «предприниматель» и «предпринимательская деятельность», отражены функции современного предпринимательства. Предпринимательская деятельность представлена автором как система, основными элементами которой являются субъект предпринимательства, объект предпринимательства и предпринимательская активность.

Предпринимательство – это самостоятельная, осуществляемая на свой риск экономическая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом и/или активами, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг.

Впервые понятие «предприниматель» встречается в исторических записях прошлого, толчком для этого стало возникновение рабства, тогда появилась возможность использовать труд рабов, а бесчисленные на то время войны стали продвигать хозяйственную и оружейную предприимчивость: вслед за завоевателями-полководцами пошли завоеватели-хозяйственники и ремесленники. История хранит память о предпринимателях, деятельность которых была тесно связана с воинственными набегами, пиратством и торговлей.

Первые предприниматели-промышленники были связаны с военным делом. Отец известного афинского оратора Демосфена был хозяином фабрики мечей, где трудились 32 раба.

В Риме были популярны гладиаторские бои, которые организовывали предприниматели, устраивая тем самым для народа шоу, в дальнейшем правители руками предпринимателей организовывали зрелищные бои, задабривая тем самым недовольных граждан.

В средние века появились хозяйственные условия для образования нового типа предпринимателей. Начинающие предприниматели того времени были представлены купцами, торговцами, ремесленниками и миссионерами, также в средние века начала развиваться международная предпринимательская деятельность [1].

С середины XVI века действия предпринимателей принимают цивилизованный характер, появляется акционерный капитал, организуются акционерные общества. Самой первой была основана английская торговая компания для торговли с Россией (1554 год). Позже, в 1600 году была создана английская ост-индская торговая компания [2].

В конце XVII века возникают первые акционерные банки. Исторически сложилось так, что банки стали основной формой не только хранения денег вкладчиков, но и эффективного размещения финансовых средств в различных отраслях промышленности, торговли и услуг. Самой успешной в банковских операциях была Англия. Большинство современных принципов банковского дела зародилось именно в Англии. Мир обязан этой стране появлением в 1694 году прототипа современных банкнот, а также векселей – долговых расписок [3].

В конце XVIII – начале XIX в. акционерная деятельность получает широкое развитие. В этот период собственность крупных семейных фирм делится

на сотни, тысячи паёв вкладчиков – владельцев акций. В таких условиях мелким фирмам становится всё труднее выживать, зато широкое развитие получают средние и крупные фирмы. В этот период особо виден разрыв между малым и крупным бизнесом.

С историческим аспектом развития предпринимательства связана эволюция терминологической, содержательной сущности понятий «предприниматель» и «предпринимательская деятельность». В римском праве предпринимательство рассматривалось как занятие, дело, деятельность, особенно коммерческая. Достаточно простое и весьма емкое определение предпринимательства дает В. И. Даль. В частности, он пишет, что «предпринимать» означает «затевать, решаться исполнить какое-либо новое дело, приступать к совершению чего-либо значительного»: отсюда «предприниматель» – «предпринявший» что-либо [4].

В современной экономической литературе сущность этого явления в большинстве случаев подменяется целью предпринимательской деятельности. Так, например, в Большом экономическом словаре под общей редакцией А. Н. Азрилияна дается следующее определение: «Предпринимательство –

инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица» [5].

Согласно современному российскому законодательству под предпринимательской деятельностью понимается «самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом – продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, – лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке».

Рассматривая предпринимательство как продукт рыночного хозяйства, в историческом аспекте мы видим, что развитие рыночного хозяйства является катализатором изменений в предпринимательстве, а именно: организационных форм, предпринимательских функций, масштабов и сфер применения. Соответственно и терминологическая сущность и содержание, вкладываемые в понятие «предпринимательство», менялись и упорядочивались в процессе развития экономической теории (табл. 1).

Таблица 1

Терминологическая сущность понятий «предпринимательство», «предпринимательская деятельность»

№	Автор	Определение
1	Р. Кантильон	Предпринимательство – это производственно-хозяйственная деятельность особого рода, включающая в себя элементы риска [6]
2	Ж. Б. Сэй	Предпринимательская деятельность – это соединение, комбинирование трех классических факторов производства – земли, труда, капитала [7]
3	А. Смит	Предпринимательство – самоиницилирующаяся и саморегулирующаяся деятельностью, которая при наличии основных факторов производства возникает спонтанно [8]
4	А. Маршалл	Предпринимательская деятельность – это соединение, комбинирование четырех факторов производства – земли, труда, капитала, организации [9]
5	Ф. Хайек	Предпринимательство связано прежде всего с личной свободой, которая дает человеку возможность рационально распоряжаться своими способностями, знаниями, информацией и доходами. Сущность предпринимательства – это поиск и изучение новых возможностей, характеристика поведения, а не вид деятельности [10]
6	К. Р. Макконнелл, Л. Б. Брю	Предпринимательство как набор функций: 1. Предприниматель берет на себя инициативу соединения ресурсов земли, капитала и труда в единый процесс производства товара или услуги. 2. Предприниматель берет на себя трудную задачу принятия основных решений в процессе ведения бизнеса. 3. Предприниматель – это новатор, лицо, стремящееся вводить в обиход на коммерческой основе новые продукты, новые производственные технологии или даже новые формы организации бизнеса. 4. Предприниматель – это человек, идущий на риск [11]
7	П. Самуэльсон	Предпринимательство связано с новаторством, а сам предприниматель является смелым человеком с оригинальным мышлением, который добивается успешного внедрения новых идей [12]

Продолжение табл. 1

№	Автор	Определение
8	П. Ф. Друкер	Предпринимательство – это конкретная деятельность, содержанием которой являются нововведения во всех сферах, в том числе и в управлении [13]
9	Р. Барр	Предпринимательству свойственна не только творческая, поисковая функция, вытекающая из уровня экономической свободы субъектов предпринимательской деятельности, но и организаторская, проявляющаяся в принятии предпринимателем самостоятельного решения об организации собственного дела, в его диверсификации, во внедрении внутрифирменного предпринимательства, в формировании предпринимательского стиля управления [14]
10	А. В. Бусыгин	Предпринимательство – это форма деловой активности, основанная на риске и инновационном подходе к системе существующих экономических (хозяйственных) связей, при которой производство и поставка на рынок товаров ориентированы на получение предпринимательского дохода (прибыли) [15]

Проанализировав подходы, можно сказать, что предпринимательство – это вид деятельности, которая требует высокого интеллекта, умения осознавать риск и просчитывать ходы, предприниматель, потерпевший неудачу, может винить только себя, ведь он сам строит свой путь и свою стратегию.

Предпринимательство выполняет следующие функции: общеэкономическую, ресурсную, инновационную, социальную; организаторскую; политическую.

Общеэкономическая функция заключается в том, что предприниматель играет роль субъекта рынка, он действует от своего имени и под свою ответственность. Предпринимательская деятельность направлена на производство, выполнение работ и оказание услуг.

Ресурсная функция основывается на эффективном использовании воспроизводимых и ограниченных ресурсов, таких как труд, земля и природные ресурсы, все средства производства и научные достижения, а также предпринимательский талант.

Инновационная (творчески-поисковая) функция связана с использованием в процессе предпринимательской деятельности новых идей. Эта функция обусловлена уровнем экономической свободы предпринимателя, условиями принятия решений, что внутренне присуще предпринимателю как собственнику. Она вытекает из уровня экономической свободы субъектов предпринимательской деятельности, из условий принятия решений.

Социальная функция заключается в возможности каждого быть собственником дела, лучше

проявлять свои индивидуальные таланты и возможности. Эта функция выделяет людей предприимчивых, склонных к самостоятельной экономической и интеллектуальной деятельности, способных справиться с трудностями и умением ставить цели.

Организаторская функция проявляется в принятии предпринимателями самостоятельных решений в организации собственного дела. Основывается на создании сложных структур, стратегий деятельности для фирмы и т. д.

Политическая функция состоит в том, что на определенном этапе своего развития предприниматели понимают, что для дальнейшей работы им нужно тесно сотрудничать с исполнительной властью, это помогает им снимать бюрократические препоны на пути развития своего бизнеса.

Предпринимательская деятельность имеет в своей основе разделение действующего лица и предмета действия, то есть субъекта и объекта [16].

Элементами предпринимательской деятельности, на наш взгляд, являются:

- субъект, наделенный активностью и направляющий ее на объект или других субъектов;
- объект, на который направлена активность субъекта;
- сама предпринимательская активность, выражающаяся в том или ином способе преобразования объекта субъектом в соответствии со своими потребностями (рис. 1).



Рис. 1. Система предпринимательской деятельности

По нашему мнению, сущность предпринимателя как субъекта экономической деятельности может быть выражена в следующей формулировке: предприниматель – это субъект деятельности, способный по-особому соединять факторы производства (труд, земля, капитал), организовывать процесс воспроизводства на инициативной, инновационной, рискованной основе под полную экономическую ответственность, которая дает возможность получать предпринимательский доход.

Способность по-особому соединять факторы производства на инновационной, рискованной основе зависит от личностных качеств предпринимателя. Они обусловлены свойствами объекта предпринимательской деятельности. Необходимость придания товару новых потребительных свойств предполагает наличие таких личностных качеств субъекта, как умение принимать нестандартные новаторские решения в неопределенных ситуациях; умение оперативно оценивать инновации с точки зрения эффекта и конечного результата предпринимательской деятельности; умение рисковать на основе оценки рыночной ситуации и т. д. Реализация этих способностей во взаимодействии с объектом отличает данного субъекта от обычного хозяйственника.

Сущностные черты предпринимателя проявляются в условиях инновационной экономики. Предприниматель комбинирует факторы производства для изготовления нового, неизвестного потребителям блага; открывает новые способы производства (технологий) и коммерческого использования уже существующего товара; осваивает новые рынки сбыта, новые источники сырья; производит реорганизацию в отрасли для создания своей монополии или подрыва чужой с целью получения предпринимательского дохода.

Предпринимательский доход – это прибыль, которая создается в инновационном, рисковом процессе производства и реализации продукции. Процесс получения такой прибыли и составляет глу-

бинную экономическую сущность предпринимательской деятельности.

Субъект предпринимательства направляет свою деятельность на производство того, что может удовлетворить чью-либо потребность и что предлагается на рынке для приобретения, использования и потребления. Значит, объектом предпринимательской деятельности выступают товарная продукция или услуга с новыми потребительными свойствами.

Еще одним элементом предпринимательской деятельности является предпринимательская активность, представляющая собой свойство деятельности субъектов предпринимательства, определяющее интенсивность предпринимательских действий и взаимодействия фирмы с внутренним и внешним окружением. Ее сторонами выступают операционно-производственная, организационно-управленческая, ресурсная, финансово-экономическая, логистическо-сбытовая, маркетинговая, инвестиционная, коммуникационная и другие виды.

В современных условиях развитие предпринимательства является основой инновационного, продуктивного характера экономики. Оно играет незаменимую роль в достижении экономического успеха, высоких темпов роста промышленного производства. Предпринимательство даёт возможность освоения новых перспективных производств, способствует «вымыванию» с рынка устаревших производств и услуг и заполнению этих пустот новым интересным продуктом. Оно способствует развитию конкуренции и распространению по всей экономике и обществу рыночных отношений, основанных на товарном обмене и материальной заинтересованности, а также увеличению «открытости» национальной экономики, развитию ввоза и вывоза капитала.

Таким образом, очевидно, что предпринимательство как субъект хозяйствования и особый творческий тип экономического поведения составляет неотъемлемое свойство всех факторов достижения экономического успеха.

Список литературы

1. Хорькова Е. П. История предпринимательства и меценатства в России : учеб. пособие для вузов. – М. : Изд-во ПРИОР, 1998. – 496 с.
2. Кузнецова О. Д. История экономики : учебник для студентов высш. учеб. завед., обуч. по экон. спец. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 415 с.
3. История экономических учений : учеб. пособие / под ред. В. Автономова, О. Ананьина, Н. Макашевой. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 784 с.
4. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. – М. : Рус. яз., 1998. – Т. 2. – 779 с.
5. Азрилиян А. Н. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – М. : Институт новой экономики, Омега-Л, 2004. – 1357 с.
6. Cantillon R. Essai sur la nature du commerce en général. – Paris : réédition INED, 1952.
7. Say J. B. Cours d'économie politique. – Paris : Flammarion, 1996.
8. Smith A. Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations. – Paris : Flammarion, 1991.
9. Маршалл А. Принципы экономической науки. Т. 2. – М. : Прогресс, 1993. – 351 с.

10. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия // *Мировая экономика и международные отношения*. – 1989. – № 12.
11. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. *Экономикс: принципы, проблемы и политика* : в 2 т. Т. 1. – М., 1992.
12. Самуэльсон П. *Экономика*. – М., 1992. – Т. 1. – С. 5-32.
13. Друкер П. *Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы*. – М., 1967. – С. 78.
14. Барр Р. *Политическая экономия*. – М. : *Международные отношения*, 1995.
15. Бусыгин А. В. *Предпринимательство : учеб. пособ.* – 2-е изд., исп. – М. : *Дело*, 2000. – 640 с.
16. Вотчель Л. М. *Предпринимательство как феномен бытия «человека экономического» : монография* / Л. М. Вотчель, В. В. Викулина. – Магнитогорск : МаГУ, 2011. – 159 с.
17. Асаул А. Н. *Организация предпринимательской деятельности : учебник для вузов*. – 4-е изд. – СПб. : *Питер*, 2013. – 352 с.
18. Валигурский Д. И. *Организация предпринимательской деятельности : учебник*. – 4-е изд. – М. : *Дашков и К°*, 2013. – 519 с.
19. Костюк В. Н. *История экономических учений*. – М., 1997. – С. 189.
20. Aldrich H. *Entrepreneurship Thought Social Networks* / H. Aldrich, C. Zimmer // Sexton P. *The Art and Science of Entrepreneurship*. – Cambridge, 1986. – P. 38-40.
21. Richard H. Thaler *From Homo Economicus To Homo Sapience* // *Journal of Economic Perspectives*. – 2000. – Vol. 14. – No 1.
22. McClelland D. *Business Drive and national Achievement* // *Harvard Business Review*. – 1962. – No 40.

M. V. Korotov*

*Korotov Mark, graduate student of
 Volga Region State University of Service, Togliatti
 markkorotov@yandex.ru
 Supervisor: Doctor of Economics, Professor E. V. Bashmachnikova

SYSTEM DESCRIPTION OF BUSINESS ACTIVITY: THEORETICAL ASPECT

Keywords: entrepreneurship, trade, business, history, development, competition, entrepreneur, entrepreneurial activity, shareholders, banks.

In the economic science the process of creating a coherent theory of entrepreneurship is not yet completed. Existing world experience of business development initiated in the economic thought the process of reflection, generalization of this experience, and the development of the economic theory of entrepreneurship.

However, in economics, first of all, there is no generally accepted definition of entrepreneurship as a special kind of economic activity; secondly, there is the actual identification of entrepreneurship as a social class and as a kind of activity; thirdly, there are no clear criteria to distinguish the concept of «entrepreneurship» and other similar concepts (e.g., business, economic activities).

The article deals with the historical aspect of entrepreneurship development in Russia, shows the evolution of terminological and content essence of concepts «entrepreneur» and «entrepreneurship», reflects the modern business functions. Entrepreneurship is presented by the author as a system with the main elements: the subject of entrepreneurship, the object of entrepreneurship and the entrepreneurial activity.

© Коротов М. В., 2016

УДК 338.43

Х. М. Рахаев*

**Рахаев Хадис Магомедович, доктор экономических наук, профессор*

Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет им. В. М. Кокова, г. Нальчик

elkokova@mail.ru

Э. Р. Кокова*

**Кокова Эльвира Руслановна, кандидат экономических наук, ст. преподаватель*

Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет им. В. М. Кокова, г. Нальчик

elkokova@mail.ru

А. Х. Сабанчиев*

**Сабанчиев Анзор Хусейнович, кандидат экономических наук*

Институт информатики и проблем регионального управления Кабардино-Балкарского научного центра

Российской академии наук, г. Нальчик

elkokova@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ МОДЕЛИ РОСТОРАЗВИТИЯ В РЕГИОНАЛЬНОМ СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Ключевые слова: рост сельского хозяйства, догмы, эффективность роста, существующая модель роста, модель росторазвития.

В последнее время в научных и политических кругах большое внимание уделяется проблеме поиска источников долгосрочного роста национального хозяйства. Предложено большое количество решений. Выделилось два основных направления, условно представленные двумя конкурирующими школами: кудринцами и столыпинцами. На периферии настоящих изысканий оказались отрасли реальной экономики, и в частности сельское хозяйство. За последние годы, в то время, когда многие отрасли и сектора экономики показали спад или же стагнируют, сельское хозяйство демонстрирует поступательный рост. В отдельных исследованиях ему отводится роль современного драйвера роста национального хозяйства. Однако при этом мало внимания уделяется тому, что существующая модель, модель, показывающая нынешний рост, по сути, исчерпала свои возможности и работает на своеобразном «автопилоте», т. е. инерции и благоприятной внешней конъюнктуре, созданной санкциями и ответным продовольственным эмбарго. В статье указываются проблемы нынешней модели роста в национальном сельском хозяйстве и предложены направления и механизмы формирования новой перспективной модели росторазвития, в которой учтены технологические, организационные и институциональные внешние и внутренние перспективы сельского хозяйства.

Сельское хозяйство в отличие от множества других отраслей и секторов национального хозяйства в последние годы демонстрирует поступательный рост. Так, при общем снижении в 2014 г. ВВП на 107,9% рост в сельском хозяйстве составил 114,6%, а в 2015 г., соответственно, при снижении ВВП на 3,7% рост продукции сельского хозяйства составил 116,6%. Таким образом, за период 2014–2015 гг. объем продукции сельского хозяйства вырос на 1350,1 млрд руб., или на 136,6%. В то же время нельзя сказать, что этот рост каким-то заметным образом отразился на роли и месте сельского хозяйства. В частности, если в 2014 г. доля сельского хозяйства в ВВП страны составляла 5,92%, что выше, чем в 2013 г. (5,37%), но ниже, чем в 2010 г. – 6,48%), то в 2015 г. – 6,26%. Таким образом, если по темпам роста за период с 2014-го по 2015 г. прирост составил 16,6%, то по доле продукции сельского хозяйства в ВВП прирост составил только +0,34%. Еще менее заметно влияние сельского хозяйства на региональном и субрегиональ-

ном уровнях. В частности, темпы роста региональных хозяйств оказываются в еще меньшей зависимости от динамики регионального сельского хозяйства. Даже в так называемых аграрных регионах доля участия сельского хозяйства в ВРП оказывается менее значительной, чем тот объем ресурсов, который в него направляется [3, 7, 13]. Это говорит о том, что отдача вкладываемых ресурсов в региональное сельское хозяйство оказывается менее эффективной, чем в сферу услуг, промышленность (в том числе добывающую и обрабатывающую), транспорт, строительство и т. д.

Приведенные данные, как нам представляется, говорят, во-первых, о том, что существующая национальная модель сельского хозяйства подошла к своему естественному пределу. Она может увеличивать объемы производства, но уже не напрямую, а опосредованно. По-видимому, ничего революционного она не сможет создать. Ее основной ресурс – продовольственное эмбарго. Поэтому, во-вторых,

следует оперативно начать проектировать новую модель национального сельского хозяйства.

В чем должна состоять новая модель организации и развития регионального сельского хозяйства? Обобщая существующие предложения, а также практики проектирования моделей развития регионального сельского хозяйства, следует выделить следующие основные направления.

Прежде всего требуется избавиться от экономических догм и иллюзий относительно неполноценности одних отраслей и априорной прогрессивности других. Первая и основная догма экономистов, что аграрные экономики и сельское хозяйство не могут создавать конкурентоспособные региональные хозяйства. Эта догма основана на обобщении некоторых эмпирических исторических фактов прошлого, когда страны, перешедшие на индустриальный путь развития, опередили страны, развивавшие аграрное производство и сельское хозяйство. Но это не факт. Факт состоит в том, что сельского хозяйства везде было много и оно везде развивалось, а, например, производство автомобилей было редкостью. Поэтому на развитие сельского хозяйства как бы никто не обращал внимания, тогда как на производство тех же автомобилей вкладывались большие ресурсы. Причем основные ресурсы изымаются из сельского хозяйства, а поскольку оно массово, то с единицы сельского хозяйства изымаются небольшие объемы ресурсов.¹ Но изъятые ресурсы негативно сказываются на воспроизводственном контуре сельского хозяйства; в результате изъятия оно не получает ресурсы в достаточной степени и начинает постепенно деградировать. Вот за счет такой особенности и формируется преимущество индустриализации. Речь идет о том, что индустриализация содержится за счет изъятия ресурсов сельского хозяйства.² Но если на плечи индустриализации переложить экологические, социальные, демографические и прочие расходы, тогда многое поменяется. Когда в стоимости производимой промышленностью продукции не учитывались ни экологические, ни социальные, ни многие другие затраты, то и стоимость их продукции оказывалась низкой, а само производство эффективным. Но если бы ввести эти затраты в стоимость продукции, тогда многие параметры измени-

¹ Обратную ситуацию, т. е. когда промышленность, сфера услуг (в первую очередь банковские и кредитно-финансовые операции) авансируют развитие сельского хозяйства, можно наблюдать в Японии. В настоящее время в Японии доля населения, занятого в сельском хозяйстве, составляет не более 1,5-2,0%. Поэтому японцы считают, что они в состоянии содержать такую численность за счет других отраслей; о чем см. [4].

² Пример индустриализации в СССР, которая формировалась за счет прямой и косвенной эксплуатации сельского хозяйства, представлен в [2, 5, 16].

лись бы автоматически. Однако в тот период, когда природная среда представляла собой огромный резервуар, в который можно было сбрасывать отходы и не нести затрат по конверсии, т. к. природа могла успешно конверсировать эти отходы, то и затраты на восстановление природной среды со стороны промышленности не происходили.

Таким образом, следует поменять императив, выработанный практикой XIX – первой трети XX в., в котором имеет место деление отраслей на передовые, прогрессивные и отсталые, на новый, при котором деление на отсталые и передовые, прогрессивные и ретроградные ведется не по отраслям, а по используемым технологиям. Поэтому как отсталые, так и прогрессивные технологии могут использоваться в различных отраслях и видах деятельности, но от этого сами виды деятельности не могут быть отнесены к отсталым или передовым. Прогрессивность той или иной отрасли определяется не тем, что она производит, а тем как, при помощи чего производят. А это означает, что наряду с технологиями и техникой важное значение имеют институты. Институты должны стимулировать высокую степень переработки продуктов, повышать долю добавленной стоимости и снижать объем сырья и материалов. То есть сельское хозяйство должно, например, не просто вывозить зерно за рубеж (чем мы гордимся нынче как важнейшим достижением), а реализовывать муку и продукты зерна. То же самое следует иметь в виду также и по отношению к мясу, молоку, овощам, плодам, ягодам и проч. сельскохозяйственной продукции [11, 15].

Другая важная догма, которая в принципе имеет объективный характер, заключается в том, что производство аграрной (сельскохозяйственной) продукции всегда лимитировано некими сугубо естественными условиями: от площади территории, климата, погоды, солнечной радиации до особенностей вегетативных процессов в растениеводстве и биологических процессов в животноводстве. Поэтому в отличие от промышленной продукции, которая позволяет сокращать технологические процессы и даже превосходить их, в сельском хозяйстве процессы привязаны к природной среде и жестко подвязаны с естественными условиями. Для того чтобы вырастить, например, корову, нужно как минимум 1,5 года, тогда как произвести автомобиль ... достаточно и часа. Вот за счет этого промышленность и «побеждает» сельское хозяйство и имеет конкурентное преимущество перед ним.

Впрочем, и у промышленности имеются свои технологические императивы. Например, то же сырье, средства производства, технологии и т. п. и даже рабочая сила представляют технологические императивы в развитии промышленности. Ограниченность сырья ставит промышленность в полную

зависимость от сырьевой базы. (Эту особенность нынче можно наблюдать на примере жидких углеводородов – нефти, газа.) Промышленность больше зависит от квалифицированной рабочей силы, чем сельское хозяйство. Правда, и у сельского хозяйства с этой стороны имеются свои ограничения. Причем они имеют даже более жесткий характер, чем у промышленности. В частности, речь идет об ограничениях, которые накладывает возможность расширения земель, эрозия почв, ограниченность пресной воды и т. д. Впрочем, и они решаются. Правда, если раньше эти проблемы решались за счет расширения сельскохозяйственных площадей, когда сельскохозяйственное производство перемещалось из одних мест в другие, то теперь решение находится в использовании более совершенных и современных технологий. Кстати, первые такие примеры – использование новых технологий – были апробированы еще в доисторическое время и связаны они с ирригацией, мелиорацией, использованием органических и минеральных удобрений, средств защиты растений и животных, одомашниванием животных и растений, расширением географии культур, селекцией и проч. Поэтому в новых условиях имеют место те же самые процессы, что были в прошлом, и чем занималась сама природа. Мы лишь расширяем возможности этих технологий.

Третья догма – сельское хозяйство связано с питанием человека, а потому всегда будет востребовано в любом виде. На этом основании, казалось бы, нет смысла что-либо изменять, т. к. до тех пор, пока будет существовать человек, у него будет потребность в пище, которую он будет удовлетворять за счет сельского хозяйства. Ближайшее рассмотрение данной догмы указывает на ее иллюзорность. Нынче в питании продукт сельского хозяйства занимает не более 3-5%, львиная же доля создается в процессе переработки сельскохозяйственного сырья и материалов, полученных в сельском хозяйстве [11]. Поэтому связь сельского хозяйства с питанием человека оказывается опосредованной. Это означает, что, для того чтобы сельское хозяйство было востребованным в питании, оно должно измениться как минимум технологически и организационно. На место примитивного выращивания сельскохозяйственного сырья должно прийти высокотехнологичное инновационное сельское хозяйство [1, 9, 20].

На перечисленные догмы накладываются технологические и организационно-институциональные особенности сельского хозяйства. Сельское хозяйство всегда было многоотраслевым, многофункциональным и с некоторых пор многоукладным. В нем всегда существовали две крупных отрасли и множество подотраслей, которые формировались либо путем отпочкования от более крупных, либо

путем интеграции мелких видов деятельности в самостоятельные отрасли. Но при этом всегда существовали растениеводство и животноводство. Они же остаются и на сегодня основными отраслями и сферами деятельности сельского хозяйства. Конечно, в зависимости от места развития доля данных отраслей везде различалась: в одних регионах доминирующей оказывалось растениеводство, в других – животноводство. Но всегда, вне зависимости от масштабов, обе отрасли существовали и причем дополняли друг друга как на организационном, так и на технологическом уровне: животноводство поставляло растениеводству органические удобрения, растениеводство животноводству – корма. Со временем происходит дифференциация данных отраслей, формирование в них подотраслей. В результате сельское хозяйство превращается в комплекс с разветвленной и взаимосвязанной технологически системой связей. Одни отрасли передают другим продукты, которые выступают своеобразным материалом для других. Так формируется признак многоотраслевости и многофункциональности [6, 18].

Но на каждом виде деятельности, в каждой отрасли, подотрасли и более мелких видах деятельности формируется способ существования людей, который оформляется в хозяйственный уклад. В данном процессе решающее значение играют: место развития, природно-климатические условия ведения сельского хозяйства, возможности использования и внедрение техники и технологий и многое другое. Но главное то, что оформляются самостоятельные хозяйственные уклады, которые, конечно же, не остаются неизменными и по мере эволюции как самого сельского хозяйства, так и различных факторов то расширяют свое присутствие, то сокращают, то оказываются доминирующими, то поглощаются другими укладами и даже вырождаются. Между укладами, как и между отраслями, формируются различного типа взаимосвязи. Правда, в отличие от отраслевого аспекта уклады больше взаимодействуют организационно и институционально, чем технологически. Наличие более чем одного хозяйственного уклада формирует у сельского хозяйства признак многоукладности [12]. По видимому, этот признак, несмотря на свою эволюцию, представляется имманентным, стационарным и инвариантным для сельского хозяйства. Несмотря на то, что уклады имеют свойство отмирать, они же имеют свойство зарождаться и нарождаться заново. В этом смысле в количественном плане укладовость имеет свойство изменчивости, т. е. число укладов может расти, сокращаться, оставаться в некоторое время статичным и стабильным. Правда, как отмечают некоторые исследователи, такого рода многоукладность, а также секторальная неоднородность создают эффект трансфертизации, не позволяющий эффективно взаимодействовать ресурсно-

му потенциалу, сосредоточенному в различных укладах, и потому сдерживающий поступательное развитие отрасли в целом, формируя противоречивые тенденции в разрезе отраслей, секторов и сегментов аграрного рынка [10]. Но при этом уклады имеют важное значение для существования сельского хозяйства. Они являются важнейшим социальным признаком сельского хозяйства и важнейшей конструкцией современного сельского хозяйства, которые требуется учитывать при проектировании и моделировании.

Анализируя существующие воззрения и практику, сопоставляя одно с другим, мы пришли к выводу о необходимости перехода к новой идеологии и построения на ее основе модели роста сельского хозяйства. Такой теоретико-методологической основой представляется понятие росто-развития [8, 17, 19].

Важным результатом настоящего исследования явился анализ структуры существующей модели роста в сельском хозяйстве Кабардино-Балкарской Республики и оценка места и роли отдельных институтов в формировании траектории роста. Важное место отводится государству и его инструментам. Установлено, что участие государства через различные инструменты и механизмы может иметь как позитивное (стимулирующее), так и негативное (сдерживающее) воздействие на динамику сельского хозяйства, отдельные его сектора и уклады. В частности, анализ показывает, что в тех продуктовых сегментах и секторах, в которых велико (по необходимости) участие простого физического труда и незначительно участие техники и технологий, там государственное участие может заключаться преимущественно в использовании ограниченных инструментов. Например, кредитов, субсидий и т. п. Но в этих секторах и сегментах либо вовсе не следует уповать на такие инструменты, как налогообложение, таможенные тарифы и т. п., либо следует использовать их крайне осторожно и точно. Напротив, в таких сегментах, в которых велика доля капитала, конкуренции, большой удельный вес импортной продукции и т. д., требуется расширенное и активное участие государства, различных его инструментов, связанных с опосредованным влиянием на конъюнктуру рынка. Активное использование таких инструментов, как антимонопольное законодательство и т. д.

Другим важным выводом своих исследований считаем выявленные основные тенденции, полученные на основании расщепления «единой» траектории роста на множество трендов. Само трендирование выглядит продуктивным, если проводится по продуктовому, укладовому и факторному аспектам. Кроме того, при описании роста заслуживают внимания влияние цены, посевных площадей, урожайности, состояние логистики и т. д.

Нельзя обделить вниманием одно весьма важное направление в сельском хозяйстве КБР, связанное с внедрением (и активным использованием с 2010 г.) модели мегапроектов. Анализ практики мегапроектов в сельском хозяйстве КБР в таких сегментах, как выращивание овощей (на основе технологии гидропоники), выращивание плодов (яблок по промышленной технологии), выращивание КРС, выращивание свиней, показал позитивные и негативные аспекты данной модели. Обобщенно наши выводы по модернизации мегапроектной модели роста сельского хозяйства заключаются, во-первых, в расширении продуктовых сегментов, во-вторых, в расширении территориального охвата (в настоящее время моделью мегапроектов охвачены не все муниципальные районы КБР. Более того, данная модель имеет своеобразную концентрацию в нальчикской агломерации и крайне слабо распространяется географически. Поэтому есть смысл в каждом административном муниципальном районе создавать хотя бы один свой мегапроект, выступающий своеобразным ядром, вокруг которого могло бы организовываться инновационное сельское хозяйство), в-третьих, создавать соответствующую производственную, транспортную, логистическую и проч. инфраструктуру, т. к. установлено, что основная проблема развития данной модели роста – слабая логистика. Сделанные предложения, на наш взгляд, позволят повысить эффективность самой данной модели росто-развития сельского хозяйства. А в том, что будущий рост сельского хозяйства может быть связан если не исключительно, то преимущественно с индустриализацией и модернизацией сельского хозяйства, расширением инновационного ядра, у нас нет никаких сомнений. Это утверждение основано не на желании авторов и даже не на так называемом здравом смысле, а на анализе существующего положения, выявленных тенденциях развития отечественного и мирового сельского хозяйства, сопоставлении различных тенденций и предложений.

Но анализ существующего положения и практики, а также логика обобщения показывают, что мегапроекты не решают всех проблем в сельском хозяйстве, хотя, возможно, создают дополнительную динамику росто-развития за счет формирования новой траектории. Однако в регионе с избытком сельского населения, традициями ведения сельского хозяйства, огромным массивом населения, проживающего в сельской местности, традициями, обычаями и проч., а также слабо развитой промышленностью и неразвитой урбанизацией, низким уровнем и качеством жизни и т. д., где требуется не просто «давать» высокий рост сельского хозяйства, а обеспечивать работой население, повышать его доходы, уровень и качество жизни, нужен не просто «рост любой ценой», необходимо эффективное

развитие сельской местности и сельской экономики. Но, как показывает практика Кабардино-Балкарии, мегапроекты, как и сама мегапроектная модель организации сельского хозяйства, ведут к сокращению занятого населения, выталкиванию на улицу сотен и тысяч бывших арендаторов и сельхозтоваропроизводителей. (Хотя, с другой стороны, эта модель стимулирует индустриализацию сельского хозяйства, без чего невозможно развитие ни отрасли, ни сельской экономики, ни самих сельских территорий.) Как решить эту проблему в регионе, перенасыщенном сельскими жителями, каждый из которых имеет свое крестьянское подворье? Решение видится в развитии сельской и сельскохозяйственной кооперации, сельского предпринимательст-

ва, а также развитию государственно-частного, частно-государственного, муниципально-частно-государственного партнерства. Совокупность предложенных мер, полагаем, позволит объединить ресурсы сельской местности, собрать воедино множество мелких раздробленных, конкурирующих между собой частных подворных хозяйств в одно общее, создать кооперационный эффект, преобразовать ландшафт сельской экономики. В результате повысится эффективность не только крупных структур, но и мелких крестьянских подворий, что даст дополнительный доход, расширяя тем самым матрицу потребления на селе и стимулируя поступление в бюджет сельских муниципалитетов.

Список литературы

1. Андреева Н. Сельское хозяйство западных стран на постиндустриальном этапе развития // МЭМО. – 2009. – № 7. – С. 91-96.
2. Буздалов И. Перекачка как отражение социально-экономической ущербности аграрной политики // Вопросы экономики. – 2009. – № 10. – С. 121-130.
3. Голубев А. Блеск и нищета российского агрокомплекса (реально ли инновационное развитие отечественного АПК) // ЭСХиПП. – 2011. – № 12.
4. Маркарян С. Новые тенденции в аграрной политике Японии // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 4.
5. Никонов А. А. Спираль многовековой драмы: аграрная наука и политика России (XVIII – XX вв.). – М. : ЭРД, 1995. – 467 с.
6. Петриков А. В. Многофункциональность сельского хозяйства: теоретические и политические аспекты. – М. : ВИАПИ, 2008.
7. Купова М. К. Социально-экономический мониторинг в региональной экономике: сущность, структурные элементы и реализация. – Нальчик : Изд-во М. и В. Котляровых, 2009.
8. Ушвицкий М. Л. Методические основы построения современных региональных интегрированных структур // Вестник СевКавГТУ. – 2006. – № 2.
9. Санду И. Формирование инновационной модели развития сельского хозяйства // АПК: экономика и управление. – 2010. – № 11.
10. Талас Ф., Уянаев М. Реципроектный механизм преодоления трансфертизации в сельском хозяйстве // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 4.
11. Трафимов А. Г. Формирование многоукладной экономики сельского хозяйства России в условиях реализации национального проекта АПК. – М., 2008.
12. Ушачев И. Аграрный сектор России в условиях международных санкций и эмбарго: вызовы и перспективы // АПК: экономика, управление. – 2015. – № 5. – С. 9-22.
13. Agricultural Extension. Volume 1. Basic Concepts and Methods. – Eschborn, 2007.
14. Brown G., Jr., Turner J. Reworking the Federal Role in Small Business Research. Issues in Science and Technology, Summer 1999.
15. Boulding K. General systems theory. – Chicago, 1968.
16. Diamond J., Robinson J. A. (eds.) Natural experiments of history. Cambridge (Mass.): Belknap Press. 2010.
17. Hayami Y., Ruttan V. Agricultural Development: An International Perspective. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1985.
18. Muller R. A. Innovation and Scientific Funding // Science. 2007. V. 209. № 880.
19. Richardson H. W. Regional Growth Theory. – London, 1973.
20. Sanderson S. Social Transformations: a General Theory of Historical Development. – London : Basil Blackwell, 1995.

H. M. Rakhaev*

**Rakhaev Hadis, Doctor of Economics, Professor of
Kabardino-Balkarian State Agricultural University of V. M. Kokov, Nalchik
elkokova@mail.ru*

E. R. Kokova*

**Kokova Elvira, PhD in Economics, Senior Lecturer of
Kabardino-Balkarian State Agricultural University of V. M. Kokov, Nalchik
elkokova@mail.ru*

A. H. Sabanchiev*

**Sabanchiev Anzor, PhD in Economics
Institute of Informatics and regional management issues of the Kabardino-Balkarian Scientific Centre of the Russian
Academy of Sciences, Nalchik
elkokova@mail.ru*

PROBLEMS AND PROSPECTS OF FORMING AN EFFECTIVE MODEL OF GROWTH AND DEVELOPMENT OF REGIONAL AGRICULTURE

Keywords: agricultural growth, dogma, effectiveness of growth, existing growth model, growth and development model.

In recent years, academic and political sectors pay more attention to the problem of finding long-term sources for the growth of national economy; a number of solutions are being suggested. Now we distinguish two main directions, represented accordingly by two rival schools: those of Kudrin and Stolypin. Sectors of real economy (in particular, agriculture) remained in the periphery of these studies. In recent years, while many industries and sectors are demonstrating decline or stagnation, agriculture is characterized by sustainable growth. In certain studies agriculture is considered as the driving force of the growth of modern national economy. However, little attention is paid to the fact that the existing model – the model, showing the current growth – has actually exhausted its capacities, and is working, so to say, in «auto-pilot» mode. In other words, it is based on inertia and favorable external environment, created by the sanctions and retaliatory food embargo. The article points out the problems of the current model of growth of the national agriculture and offers directions and mechanisms to build a new perspective model of growth and development. Such model would take into account technological, organizational and institutional internal and external perspectives of agriculture.

© Рахаев Х. М., Кокова Э. Р., Сабанчиев А. Х., 2016

УДК 334.7

А. А. Руденко*

**Руденко Александр Алексеевич, доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор*

Тольяттинский государственный университет, г. Тольятти

rudenkoa.a@mail.ru

М. Ф. Курманов*

**Курманов Марат Фидиатуллаевич, аспирант*

Тольяттинский государственный университет, г. Тольятти

m.kurmanov63@mail.ru

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ РЕТРОСПЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Ключевые слова: глобализация, санкции, предприятие, кластеры, инновации, конкурентоспособность, функционирование предприятий.

Промышленные предприятия в Российской Федерации находятся на пороге развития шестого технологического цикла (в соответствии с волновой теорией развития экономики Н. Д. Кондратьева), что обуславливает внедрение интенсивной инновационной политики во всех сферах деятельности предприятий, перестройку предприятий к часто меняющейся конъюнктуре рынка и внедрение условий для максимальной адаптивности. Промышленность Самарского региона, на примере которой представлен материал статьи, характеризуется как сильно дифференцированная, чему способствует исторически сложившаяся местная инфраструктура предприятий, созданных в 50-е годы XX века. Кроме того, область занимает выгодное географическое положение, через нее проходят главные транспортные коридоры запад – восток, север – юг. Область уверенно занимает по темпам экономического роста второе место по ПФО и входит в десятку экономически развитых и стабильных регионов России. С 2006 г. правительством области планомерно реализуется ряд программ, направленных на инновационное развитие промышленных предприятий региона на период до 2020 г., с привлечением иностранного капитала. Результатом принятия данных программ послужило развитие на территории области ряда промышленных кластеров. Однако часть программ была скорректирована ввиду введения экономических санкций в отношении Российской Федерации. Кластерный подход способствовал горизонтальной и вертикальной интеграции предприятий, развитию сети специализированных аутсорсинговых предприятий. На сегодняшний день в регионе механизм функционирования предприятий строится по кластерному принципу в целях достижения положительной динамики развития и обеспечения конкурентоспособности в долгосрочной перспективе. Также следует учитывать, что через положительно экономически развивающийся регион достигается конкурентоспособность страны в целом. Одним из вариантов развития интегрированных корпоративных структур в современных условиях является формирование кластеров.

Актуальность данной темы, на наш взгляд, заключается в правильной оценке особенностей механизма функционирования бизнес-структур в разрезе региональной экономики и систематизации показателей деятельности последних в условиях процессов как глобализации, так и факторов воздействия санкций западных государств.

Установлено, что промышленные предприятия являются одним из базовых сегментов народного хозяйства российской экономики, которые играют важную роль для государства и определяют развитие как науки, так и многих других отраслей хозяйства, являющихся потребителями продукции промышленных предприятий. Особенностью развития отрасли в динамике последних лет стало увеличение масштабов деятельности и значительный рост экспортных поставок, но в то же время не во все страны, ранее бывшие стратегическими экономическими партнерами. Вместе с тем наблюдается от-

рицательный эффект от сокращения спроса на продукцию на внутреннем рынке, полученный от ухудшения внешней ценовой конъюнктуры в конце 2014-го и в 2015 году в первую очередь со стороны высокотехнологичных отраслей промышленности и оборонного комплекса, и снижение темпов роста производства и финансовой устойчивости промышленных предприятий.

Эта негативная тенденция прежде всего связана с высокой степенью физически изношенного и морально устаревшего основного технологического оборудования, ростом цен на основные виды сырья и энергоресурсы. Обостряется данная ситуация тем, что лидеры ЕС в июне 2016 года согласились продлить антироссийские санкции, введенные в связи с присоединением Крыма и ситуацией в Донбассе, до 31 января 2017 года.

Лидеры стран «Большой семерки» (G7) объяснили решение сохранять жесткую позицию по от-

ношению к России тем, что не все пункты минских мирных соглашений, направленных на деэскалацию конфликта на Украине, были полностью выполнены до 31 декабря 2015 года.

Ухудшению ситуации способствуют и дефицит инвестиционных ресурсов в модернизацию и развитие отрасли в основном по причине отсутствия организационно-экономических механизмов, стимулирующих приток инвестиций как внутригосударственных, так и иностранных, а также недостаточный уровень инновационных научно-технических разработок и их внедрения в развитие промышленных предприятий.

Несоответствие организационно-экономического механизма управления развитием промышленных предприятий региона принципу адаптации к изменяющейся рыночной среде обостряет проблемы функционирования отрасли и обуславливает необходимость поиска путей совершенствования мер регионального регулирования.

В современных условиях развития народного хозяйства деятельность регионов отражает уровень экономического развития страны в целом. Промышленные предприятия региона представляют собой развивающийся в соответствии с объективными законами многоуровневый организм, эффективность которого предопределяет необходимость комплексного подхода к формированию и развитию отрасли. Эффективность функционирования промышленных предприятий в регионе во многом определяется состоянием системы ресурсо- и энергообеспечения, которые характеризуются ухудшением показателей технического и технологического состояния производственной базы, низкой эффективностью использования топливно-энергетических ресурсов, постоянным ростом тарифов, что выступает фактором, препятствующим созданию необходимых условий для расширенного воспроизводства экономического потенциала региона и реализации конкурентных преимуществ субъектов хозяйствования.

Самарская область – это развитый промышленный регион нашей страны, который входит в группу наиболее экономически развитых субъектов Российской Федерации. Регион отличает диверсифицированная экономика, включающая отрасли от АПК и пищепрома до нефтепереработки и автомобилестроения. Постоянному расширению экономической специализации способствуют выгодное географическое расположение, развитая транспортная инфраструктура, собственные ресурсы полезных ископаемых, высокий трудовой и образовательный потенциал. Конкурентоспособность Самарской области частично повышает и региональная инвестиционная политика, привлекающая российских и зарубежных партнеров. В Самарской области функционируют свыше 800 крупных и средних про-

мышленных предприятий и свыше 5 тысяч малых предприятий. В структуре ВРП доля промышленности составляет более 44% [1-3].

В отличие от большинства российских регионов в Самарской области сложилась многополярная диверсифицированная экономика. Среди главных сегментов регионального промышленного комплекса можно выделить автомобилестроительный и авиационно-космический кластеры, электроэнергетику, нефтедобывающую и нефтеперерабатывающую промышленность, металлургию, химию, машиностроение и металлообработку. По ряду направлений промышленности Самарская область находится на лидирующих позициях в Приволжском федеральном округе.

Анализ источников показал, что позитивная динамика показателей в основных секторах экономики области в ряде последних лет способствовала укреплению позиций Самарского региона. По итогам 2015 года область занимает 5-е место в ПФО по объему отгруженных товаров обрабатывающих производств, 4-е место – по добыче полезных ископаемых, 2-е место – по производству и распределению электроэнергии, газа и воды.

В отраслевой структуре ведущие позиции занимают производство транспортных средств и оборудования (22,9%), добыча полезных ископаемых (20,1%), химическое производство (13,9%).

Без учета автомобилестроения индекс промышленного производства в Самарской области составил 101,8% относительно 2014 года [3-5]. В сфере машиностроения Самарской области основные позиции принадлежат автомобильной промышленности. ОАО «АВТОВАЗ», функционирующий в Тольятти, выпускает 70% легковых автомобилей в общероссийском масштабе.

Следует отметить, что к системообразующим отраслям промышленности Самарской области относятся автомобилестроение и производство автокомпонентов, авиакосмическое машиностроение, химия и нефтехимия.

Несмотря на позитивное развитие, на фоне усиления конкурентных преимуществ со стороны других субъектов Российской Федерации позиции Самарской области несколько ослабевают.

В настоящее время развитие машиностроительных предприятий как в Самарской области, так и в целом в Российской Федерации сдерживают ряд факторов: зависимость от поставок импортных комплектующих, технологий, низкая производительность труда, высокая материало- и энергоемкость производства, недостаточное финансирование (в том числе проведения НИОКР) и, как следствие, неконкурентоспособность отечественной продукции на внутреннем и внешних рынках. В связи с этим, а также продолжающимся спадом инвестиционной активности индекс производства в

электротехнической отрасли, в производстве машин и оборудования ожидается на уровне 97-98%. [6].

Как считает ведущий эксперт инвестиционной компании «ФИНАМ» Богдан Зварич, по итогам апреля 2016 г. промышленность Самарской области показала сильное падение. Однако, по мнению аналитика, в ближайшей перспективе стоит ожидать некоторой стабилизации. Кроме того, Богдан Зварич отмечает, что во втором полугодии экспертное сообщество ожидает роста показателей в промышленности. По данным аналитика, увеличение индекса будет связано с дальнейшим укреплением национальной валюты, а также с ростом цен на нефть [7]. Вместе с тем данное заявление еще раз подтверждает зависимость экономики России в целом от добывающей промышленности.

Среди регионов Приволжского федерального округа Самарская область находится в группе высокоустойчивых регионов, однако уступила лидерство Республике Татарстан. По итогам 2015 года по уровню инвестиционной привлекательности и развития трудового потенциала Самарская область в рейтинге регионов Российской Федерации, подготовленном национальным рейтинговым агентством «ЭКСПЕРТ РА», занимает 8-е место и 2-е место среди регионов ПФО (после Республики Татарстан).

Сложившаяся тенденция роста цен производителей промышленной продукции за период 2014–2016 гг. приводит к незначительному удорожанию товаров отечественного производства, что открывает новые возможности для реализации на внутреннем рынке.

Следовательно, объективная картина деятельности предприятий России и Самарской области в частности на сегодняшний день организуется под влиянием ограничительного действия санкций и необратимого процесса глобализации экономики, что вынуждает многие предприятия строить свою деятельность по пути импортозамещения.

Анализируя эти данные, представляется возможным отметить, что деятельность предприятий и динамика функционирования находится в периоде спада экономической активности исходя из цикличности процессов экономики. В то же время особенности влияния ряда этих факторов исследованы в силу последних ключевых изменений недостаточно, о чем свидетельствует практически полное отсутствие целенаправленных публикаций. Следовательно, необходимо попытаться восполнить этот пробел.

Эффективность производственной деятельности предприятий в сложившихся условиях можно повысить, если конкурентные преимущества усиливать в соответствии с правилами научно обоснованного системного подхода к методам ведения

бизнеса.

Основной целью авторы ставят выяснить влияние факторов внешней среды на эффективность деятельности производственных компаний и достижение положительных результатов в развитии компаний.

Методологической и теоретической основой исследования послужили основные положения экономической теории, современные концепции управления компаниями, представленные в трудах зарубежных и российских ученых. В ходе исследования деятельности хозяйствующих субъектов применялись основные положения системного подхода и финансово-экономического анализа, методы стратегического управления компаниями, оценки эффективности инвестиционных проектов, оценки рисков, экспертного и факторного анализа, а также имитационное моделирование.

Решения в сфере промышленного производства в Самарской области.

Правительство Самарской области ведет целенаправленную политику, адекватную основным направлениям развития, определенным федеральными органами исполнительной власти. Важнейшими задачами в развитии промышленного комплекса области являются создание новой промышленной среды, создание и развитие новых высокотехнологичных секторов производства.

Основу развития промышленного комплекса области составляют высокотехнологичные производства с высокой добавленной стоимостью – автомобилестроение, авиационно-космический комплекс, производства с высокой глубиной переработки в сырьевых отраслях, химии, металлургии.

Автомобилестроение и авиационно-космический комплекс являются одними из наиболее важных отраслей, обеспечивающих экономическое развитие Самарской области. От развития указанных отраслей во многом зависит развитие всех отраслей экономики, автомобилестроение обеспечивает организации всех форм собственности и широкие слои населения новой эффективной авто- и спецтехникой, авиационно-космический комплекс, в свою очередь, обеспечивает авиацию самолетами и Роскосмос – ракетносителями, тем самым продукция рассматриваемых отраслей имеет стратегическое значение не только для региона, но и для страны в целом, т. к. обеспечиваются интересы национальной безопасности и развития всего комплекса народного хозяйства через развитую сеть научно-исследовательских институтов.

Механизм функционирования промышленных предприятий в Самарской области.

В западной литературе в конце XX века было введено в экономическую теорию Майклом Портером понятие кластера. «Кластер – это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных

поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, агентств по стандартизации, а также торговых объединений) в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу» [8].

С 2006 года планомерно в Самарской области внедряется кластерная политика, итогом которой явилось постепенное создание Автомобильного, Агропромышленного, Аэрокосмического, Нефтехимического и IT-кластеров и деятельность в области биотехнологий [9, 10]. Также в научных трудах выделяется транспортно-логистический и туристско-рекреационный кластеры [11].

Для решения возникающих проблем, в частности, приняты программа развития автомобильного кластера Самарской области на 2015–2020 гг. и подпрограмма «Развитие инновационного территориального аэрокосмического кластера Самарской области» на 2015–2018 годы государственной программы Самарской области «Создание благоприятных условий для инвестиционной и инновационной деятельности в Самарской области» на 2014–2018 годы. Таким образом, в Самарском регионе интенсивно внедряется кластерная политика взаимодействия предприятия.

К сожалению, в принимаемых программах не всегда учитывается, что меры по развитию кластеров, доказавшие свою пригодность в отдельно взятом случае, могут оказаться бесполезными или даже нежелательными в другом. Из чего вытекает необходимость оценки целесообразности использования тех или иных инструментов кластерной политики применительно к конкретно взятой ситуации. Каждое государство и регион отличаются своими характеристиками, которые имеют значение для их конкурентоспособности, поэтому при разработке направлений кластерной политики следует учитывать локальные и глобальные тенденции развития. Опыт других государств и территорий, несомненно, важен при определении целей и разработке механизмов реализации кластерной политики.

С точки зрения одних авторов, правительствам стран с экономиками, находящимися в пассивной фазе структурной перестройки переходного периода, необходимо понимать, что хорошо работающий кластер – обязательный атрибут развитой экономики [12]. Так, анализ публикаций М. Портера, классика кластерной политики, показывает, что экономика США практически полностью кластеризована [13–15].

Кластерная политика в ведущих странах рассматривается как ключевая для повышения конкурентоспособности. Термин «кластерное развитие» все чаще используется при разработке стратегий социально-экономического развития российских регионов на ближайшие 15 лет. Однако до сих пор

нет ясности, насколько эффективно кластерное развитие для отдельных российских регионов. Пролить свет на эту проблему попытался директор экономических программ «Деловой России» Игорь Пилипенко на круглом столе на тему «Совершенствование методов программирования регионального развития». Анализ взгляда Пилипенко показывает, что есть и недостатки в кластерной политике, основные из которых: 1) фирмы, работающие в интересах одной корпорации, при смене конъюнктуры рынка могут переориентировать заказы, например, в другую страну. И это может привести к краху экономики региона; 2) целесообразно строить кластеры в новых отраслях, получивших развитие после 1991 года, например IT-кластер, т. к. если исходить с точки зрения математического моделирования, то возможно построение кластера по образцу промышленных комплексов 1950-х г. [16].

«Другая фундаментальная проблема – повсеместное развитие кластеров с одной и той же специализацией. Воодушевленные широко известными «лучшими практиками», власти фокусируются на инновационных кластерах, пытаются повысить конкурентоспособность территории. Однако, поддерживая такие кластеры, правительства часто игнорируют вопрос о наличии реальных предпосылок для их образования» [11].

Авторская модель взаимоотношений и влияния извне в кластерной структуре в разрезе автомобильного и аэрокосмического кластеров.

Как видно из данной модели, кластеры тесно взаимодействуют между собой, а кроме того наблюдается сильно интегрированная связь в цепи поставщиков (рис. 1). Вместе с тем есть и иные серьезные, негативные предпосылки, ограничивающие эффективную реализацию кластерной политики. Среди них можно выделить размещение производительных сил в стране и монопрофильную структуру региональной экономики субъектов РФ, которые препятствуют формированию экономически надежных и конкурентоспособных кластеров. К прочим сдерживающим факторам при реализации кластерной политики в России следует отнести: недостаточную развитость малого бизнеса, относительно неразвитые инфраструктурные и организационные условия; слабый уровень доверия между основными субъектами экономической деятельности, достигающий своего минимума во взаимоотношениях бизнеса и власти; рассмотрение факторных условий (в основном доступа к дешевым ресурсам) в качестве основного детерминанта успешности развития кластеров; отсутствие культуры информационной открытости, что вызывает недоверие потенциальных участников кластера и формирование недобросовестной конкуренции; низкую культуру производства, отсутствие опыта управления на основе аутсорсинга [17, 18].

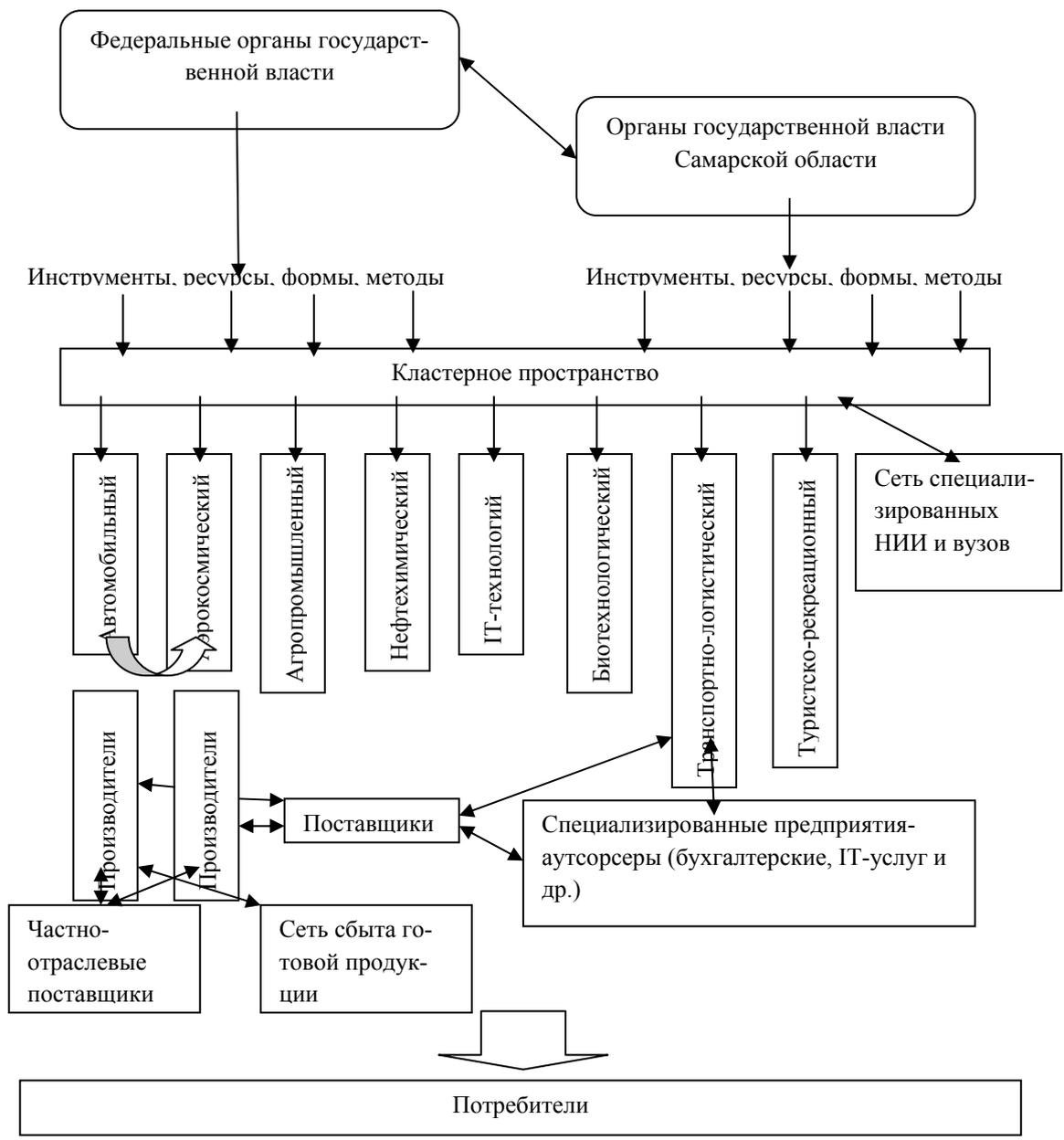


Рис. 1. Взаимоотношения в кластерной структуре экономики

Как и кластерная политика в целом, так и применение аутсорсинга в цепочке взаимоотношений ведет к модернизации и переоснащению производств, повышению конкурентоспособности, повышению кадрового и инновационного потенциала [19-21]. Вместе с тем следует заметить, что развитие отношений на основе аутсорсинга способствует вертикально и горизонтально интегрированная структура кластера [22, 23].

Следует заметить, что в последнее время механизм аутсорсинга приобретает форму элемента общественной организации производства и включает в себя: методы привлечения людей к производ-

ственному процессу; способы взаимодействия работников со средствами производства; виды и формы разделения, кооперации и специализации труда; распределение добавочной стоимости (совокупного продукта); воспроизводство рабочей силы соответствующего качества.

В качестве ключевых мотивов осуществления аутсорсинга предприятий промышленности определены и охарактеризованы следующие их группы: повышение эффективности и конкурентоспособности; укрепление стратегических позиций на рынке; стремление получить синергетический эффект; повышение качества управления, достижение поло-

жительного экономического результата деятельности.

В качестве вывода авторы считают возможным отметить, что в настоящее время идёт период становления кластеров и однозначно ответить, имеется ли положительный эффект от внедрения кластерной политики, не представляется возможным, так как принятые программы ещё не завершены.

Стоит подчеркнуть, что ключевой задачей, которую необходимо решить для обеспечения будущего экономического роста, является повышение качества физического и человеческого капитала. Столь же важно устранить структурные ограничения, влияющие на совокупную факторную произ-

водительность, т. е. эффективность использования факторов производства.

Следовательно, организационно-экономический механизм формирования и развития промышленных предприятий в регионе должен основываться на прогнозе, ориентироваться на долгосрочное планирование с возможностью быстрой адаптации к изменениям во внешней среде с целью достижения поставленных результатов и повышения уровня конкурентоспособности промышленности в целом.

Материал статьи сформирован на основании исследований, реализуемых в процессе выполнения государственного задания № 1120.

Список литературы

1. <http://www.metaprom.ru/regions/samarskaya-obl.html>
2. <http://expert.ru/dossier/territories/samara/about/>
3. http://economy.samregion.ru/activity/ekonomika/values_so/
4. http://samarastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/samarastat/ru/statistics/grp/
5. http://samarastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/samarastat/ru/statistics/organizations/
6. Приложение 1 к Постановлению Правительства Самарской области от 22.10.2015 № 666.
7. <http://bfmsamara.ru/indeks-promyshlennogo-proizvodstva-v-samarskoj-oblasti-prodolzhaet-padat.html>
8. Портер М. Конкуренция. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2002. – 496 с.
9. <http://www.investinsamara.ru/>
10. Стратегия социально-экономического развития Самарской области до 2020 года : утв. Постановлением правительства Самарской области от 9 октября 2006 г. № 129. – URL: http://www.economy.samregion.ru/social_no_ekonomicheskoe_razvi/9178/
11. Тюкавин Н. М., Бузыкина Т. А. Проблемы реализации кластерной политики в Самарской области // Вестник СамГУ. – 2011. – № 82. – С. 183-189.
12. Исулов А. М., Мартышкин С. А. Совершенствование государственной поддержки автомобильной промышленности (на примере Самарской области) // Вестник СамГУ. – 2010. – № 79. – С. 27-33.
13. Porter M. E. & Kramer M. R. (2006) Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, Harvard Business Review, December 2006, pp. 78-92.
14. Портер М. Е. Экономическое развитие регионов (начало) // Пространственная экономика. – 2006. – № 4. – С. 115-139.
15. Портер М. Е. Экономическое развитие регионов (окончание) // Пространственная экономика. – 2007. – № 1. – С. 108-132.
16. Каковы плюсы и минусы кластерного развития регионов РФ? – <http://www.innosys.spb.ru/?id=748> (Дата обращения 13.07.2016 г.).
17. Тимофеев А. А. Кластерный подход как фактор повышения эффективности региональной экономической системы // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2010. – № 12 (74). – С. 80-83. – vestnik.sseu.ru/view_pdf.php?pdf=3270
18. Корчажина Д. А. Кластерные принципы на промышленном предприятии // Экон. вестн. Бурятии. – URL: <http://journal.vlsu.ru>
19. Porter Michael E., Jorge Ramirez-Vallejo and Fred van Eenennaam. The Dutch Flower Cluster. Harvard Business School Case 711-507, March 2011. (Revised November 2013.)
20. Аникин Б. А., Рудая И. Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 320 с. – (Серия «Высшее образование»).
21. Йордон Э. ИТ-аутсорсинг. – М. : Лори, 2013. – 370 с.
22. Неустроева Н. А. Теоретические подходы и принципы формирования кластерных структур // Российское предпринимательство. – 2013. – № 10 (232). – С. 114-126. – <https://creativeconomy.ru/articles/28909/>
23. Delgado, Mercedes, Michael E. Porter, and Scott Stern. Clusters, Convergence, and Economic Performance. Research Policy 43, no. 10 (December 2014): 1785-1799.

A. A. Rudenko*

**Rudenko Alexander, Doctor of Economics, PhD in Technical sciences,
Professor of Togliatti State University, Togliatti
rudenkoa.a@mail.ru*

M. F. Kurmanov*

**Kurmanov Marat, graduate student of
Togliatti State University, Togliatti
m.kurmanov63@mail.ru*

KEY ASPECTS OF RETROSPECTIVE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL COMPLEX OF SAMARA REGION

Keywords: globalization, sanctions, enterprise, clusters, innovations, competitiveness, functioning of enterprises.

Industrial enterprises in Russia are on the verge of the sixth technological cycle (according to the wave theory of economic development of N.D. Kondratyev), which stipulates the introduction of intensive innovation policy in all spheres of enterprises' activities, restructuring of enterprises to adapt to the frequently changing market conditions, and introducing conditions for maximum adaptability. Industry of the Samara region, used as an example in the given article, is described as highly differentiated. This feature is due to the historical development of local infrastructure of enterprises, established in the 50s of XX century. In addition, the region is characterized by favorable geographical position, as the main transport corridors pass through it in the directions east – west and north – south. The region definitely holds the second place among the Volga regions in terms of economic growth, and is among the top ten economically developed and stable regions in Russia. Since 2006, the regional government has been systematically implementing a number of programs aimed at innovative development of industrial enterprises in the region for the period up to 2020, with the involvement of foreign capital. The result of adopting these programs was the development of several industrial clusters in the region. However, some programs have been adjusted due to the imposition of economic sanctions against the Russian Federation. Cluster approach facilitated horizontal and vertical integration of enterprises, and launched the development of a network of specialized outsourcing companies. Today the mechanism of functioning of enterprises in the region is based on the cluster approach, in order to achieve positive dynamics of development and competitiveness in the long term. It should also be borne in mind that economically developing regions, characterized by positive dynamics, ensure the country's competitiveness in general. One of the options for the development of integrated corporate structures in modern conditions is the formation of clusters.

© Руденко А. А., Курманов М. Ф., 2016

Региональная сфера услуг: экономика, организация и управление

УДК 338.465.2

Ю. Э. Аппанова*

**Аппанова Юлия Эдуардовна, кандидат экономических наук, ст. преподаватель*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

Julia.appanova@yandex.ru

МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБЪЕМА РЕАЛИЗАЦИИ УСЛУГ В СФЕРЕ СЕРВИСА

Ключевые слова: объем реализации услуг, предприятие сферы услуг, управление ресурсным обеспечением, модель, принципы построения модели, функции управления ресурсным обеспечением.

Моделирование в настоящее время выступает как своеобразный инструмент познания, который исследователь ставит между собой и объектом и с помощью которого изучает интересующий его объект. Именно эта особенность метода моделирования определяет специфические формы использования абстракций, аналогий, гипотез, других категорий и методов познания.

Необходимость использования метода моделирования определяется тем, что многие объекты или проблемы, относящиеся к этим объектам, непосредственно исследовать или совсем невозможно, или это исследование требует огромного количества временных ресурсов и денежных средств.

Модель оценки состояния функций управления ресурсным обеспечением на объем реализации услуг предприятием позволяет найти качественное выражение взаимосвязей между объемом реализации услуг предприятием и определяющими его факторами.

В статье определены принципы, требования, предъявляемые к разработке экономико-математической модели оценки влияния состояния функций управления ресурсным обеспечением на объем реализации услуг предприятием сферы сервиса. Представлена совокупность инструментальных действий, соответствующих процессу экономико-математического моделирования с основополагающим обоснованием преимуществ его применения.

Практическая значимость заключается в возможности применения предложенного методического инструментария к прогнозированию в практике управления предприятиями в сфере сервиса. Применение экономико-математической модели оценки влияния состояния функций управления ресурсным обеспечением на объем реализации услуг предприятием направлено на повышение экономической результативности управления ресурсным обеспечением на предприятии сферы услуг на основании детально скорректированных управленческих решений и делает наглядной и прозрачной связь принимаемых управленческих решений с результативностью деятельности предприятия сферы услуг.

Под моделированием понимается процесс построения, изучения и применения моделей. Главная особенность моделирования заключается в опосредованности представления процесса, объекта или явления.

В настоящее время известно множество различных видов моделей, среди которых выделяют словесную, графическую, физическую, символическую, процессную, стоимостную и экономико-математическую модели.

Для построения модели оценки влияния состояния функций управления ресурсным обеспечением на объем реализации услуг предприятием сферы услуг наиболее целесообразным является выбор экономико-математической модели, под которой в экономической литературе понимают математическое отображение исследуемого экономического

объекта, с помощью которого изучается его функционирование и оценивается изменение его эффективности при возможных изменениях характеристик внешней среды [3].

Модель оценки состояния функций управления ресурсным обеспечением на объем реализации услуг предприятием позволяет найти качественное выражение взаимосвязей между объемом реализации услуг предприятием и определяющими его факторами.

Построение экономико-математической модели оценки влияния состояния функций управления ресурсным обеспечением на объем реализации услуг предприятием целесообразно производить, основываясь на ряде принципов (табл. 1).

Принципы построения экономико-математической модели оценки влияния состояния функций управления ресурсным обеспечением на объем реализации услуг предприятием

№ п/п	Принцип	Характеристика
1	Принцип научности	В основе оценки всегда находятся методики ее проведения или осуществления. Они могут быть разными. Можно оценивать на основе богатого опыта, но можно строить оценку и на использовании научных методов, математического моделирования
2	Принцип целевого назначения	Оценка должна быть ориентирована на некоторые предположительные результаты, но может иметь ясную и конкретную цель. Целью оценки является поиск путей совершенствования управления, установления степени влияния факторов и устранение их отрицательного воздействия путем внесения корректировок или преобразований
3	Принцип разнообразия, полноты и системности	Очень часто подлежат оценке только те характеристики, которые известны, доступны, понятны и измеряемы. В результате такого подхода получается деформированная оценка, которая не дает полной картины события, ситуации или проблемы
4	Принцип соответствия модели моделируемому процессу	Только при соблюдении этого принципа модель можно считать научной и практически применимой, поскольку в экономико-математических моделях большое значение имеет адекватность отражения взаимосвязей между отдельными элементами изучаемого процесса
5	Принцип количественной определенности оценки	Оценивать выбранные критерии модели можно в параметрах описания особенностей, но более точную информацию, позволяющую эффективнее оперировать результатами, дает оценка в количественных показателях
6	Принцип независимости	Принцип заключается в том, что оценка должна быть отделена, насколько это возможно, от личностных отношений. Она должна быть защищена от влияния заинтересованных лиц. Это достигается как посредством разработанной методики оценки, так и соответствующей организацией ее проведения
7	Принцип достаточности исходной информации	В каждой модели должна использоваться только та информация, которая известна с точностью, требуемой для получения результатов моделирования
8	Принцип инвариантности (однозначности) информации	Данный принцип требует, чтобы входная информация, используемая в модели, была независима от тех параметров моделируемой системы, которые еще неизвестны на данной стадии исследования
9	Принцип преемственности	Сводится к тому, что каждая последующая модель не должна нарушать свойств объекта, установленных или отраженных в предыдущих моделях
10	Принцип эффективной реализуемости	Необходимо, чтобы модель могла быть реализована при помощи современных вычислительных средств

Соблюдение вышеперечисленных принципов позволяет разработать модель, отвечающую следующим требованиям: ясность исходной информации и получаемых результатов; простота модели, обеспечивающая легкость ее восприятия и своевременность доработки пользователем без помощи специалистов; гибкость с целью использования модели в различных ситуациях; достоверность результатов и исходных предположений; потенциал для совершенствования модели в условиях растущего динамизма внешней среды.

В процессе экономико-математического моделирования оценки влияния состояния функций управления ресурсным обеспечением на объем реализации услуг предприятием могут быть целесообразно использованы следующие экономико-математические инструментальные действия:

- выбор главных факторов, от которых зависит искомое решение;
- расчет интегрируемых и интегрального значений коэффициентов, характеризующих состояния функций управления ресурсным обеспечением;

- определение наличия тренда в динамическом ряду параметров, характеризующих фактическое значение объема реализации услуг предприятия;

- выявление характера зависимости между состоянием функций организации, анализа, снабжения информацией, планирования, мотивации, контроля ресурсного обеспечения на объем реализации услуг предприятием;

- метод наименьших квадратов;

- верификация расчетных значений исследуемого показателя, получаемых при использовании модели и оценки влияния состояния функций управления ресурсным обеспечением на объем реализации услуг предприятием.

Модель оценки влияния состояния функций управления ресурсным обеспечением на объем реализации услуг предприятием имеет следующий вид:

$$Opy = f(K_{CFO}, K_{CFI}, K_{CFA}, K_{CFП}, K_{CFM}, K_{CFK}), \quad (1)$$

где K_{CFO} – интегральное значение коэффициентов, характеризующих состояние функции организации; K_{CFI} – интегральное значение коэффициентов, характеризующих состояние функции снабжения информацией; K_{CFA} – интегральное значение коэффициентов, характеризующих состояние функции анализа; $K_{CFП}$ – интегральное значение коэффициентов, характеризующих состояние функции планирования; K_{CFM} – интегральное значение коэффициентов, характеризующих состояние функции мотивации; K_{CFK} – интегральное значение коэффициентов, характеризующих состояние функции контроля.

В целях построения модели, характеризующей влияние состояния функций управления ресурсным обеспечением на объем реализации услуг предприятием, предлагается использовать систему показателей состояния функций управления (табл. 2).

Таблица 2

Показатели, составляющие интегральные значения коэффициентов, характеризующих состояние функций управления ресурсным обеспечением на предприятиях сферы услуг

Направление оценки	Интегрируемые показатели
1. Составляющие интегрального значения коэффициента, характеризующего состояние функции организации	1. Уровень координации процесса реализации решений в области управления ресурсным обеспечением на предприятии сферы услуг ($K_{коорд}$)
	2. Коэффициент исполнительской дисциплины производителей услуг ($K_{исп.д}$)
	3. Уровень удовлетворенности морально-психологическим климатом производителей услуг ($K_{удклм}$)
	4. Коэффициент рациональности разделения и кооперации труда, связанного с управлением ресурсным обеспечением на предприятии сферы услуг ($K_{раз.тр}$)
	5. Коэффициент обеспеченности трудовыми ресурсами необходимой квалификации ($K_{квлф}$)
	6. Уровень квалификации работников в области управления ресурсным обеспечением на предприятии ($K_{урквал}$)
	7. Коэффициент организации обслуживания труда производителей услуг, связанных с управлением ресурсным обеспечением на предприятии ($K_{орг.тр}$)
2. Составляющие интегрального значения коэффициента, характеризующего состояние функции снабжения информацией	1. Коэффициент эффективности использования поступающей информации, отражающейся на результативности управления ресурсным обеспечением ($K_{эффинф}$)
	2. Коэффициент полноты информации, требуемой для принятия решений при управлении ресурсным обеспечением ($K_{полн}$)
	3. Коэффициент эффективности использования информации, полученной из периодических изданий ($K_{эффпер}$)
	4. Коэффициент достоверности информации, используемой для управления ресурсным обеспечением ($K_{дост}$)
	5. Коэффициент точности информации, используемой для управления ресурсным обеспечением ($K_{точ}$)

Направление оценки	Интегрируемые показатели
	6. Коэффициент информированности об изменениях во внешней среде, влияющих на управление ресурсным обеспечением ($K_{вн.ср}$) 7. Коэффициент использования программ баз данных в процессе принятия решений в области управления ресурсным обеспечением ($K_{и.БД}$) 8. Уровень востребованности сети Интернет в процессе принятия решений в области управления ресурсным обеспечением ($K_{в.инт.}$)
3. Составляющие интегрального значения коэффициента, характеризующего состояние функции анализа	1. Уровень анализируемости информации по состоянию внутренней среды предприятия, необходимой для принятия решений в области управления ресурсным обеспечением ($K_{инф.внутр}$) 2. Уровень анализируемости информации по состоянию внешней среды предприятия, необходимой для принятия решений в области управления ресурсным обеспечением ($K_{инф.внешн}$) 3. Уровень анализируемости информации, необходимой для управления ресурсным обеспечением на предприятии ($K_{аализинформ}$) 4. Уровень анализируемости информации о предпочтениях клиентов, необходимой для управления ресурсным обеспечением на предприятии ($K_{предкл}$) 5. Коэффициент анализа факторов, влияющих на результат ресурсного обеспечения ($K_{факт}$) 6. Коэффициент эффективности использования информации, отражающей на результативности управления ресурсным обеспечением ($K_{рез}$) 7. Уровень проявления активности предприятия в сборе информации, требуемой для принятия решений при управлении ресурсным обеспечением ($K_{актпр}$)
4. Составляющие интегрального значения коэффициента, характеризующего состояние функции планирования	1. Уровень использования методов планирования в управлении ресурсным обеспечением ($K_{мл}$) 2. Коэффициент эффективности использования методов и методик в области планирования ($K_{эффмет}$) 3. Коэффициент использования специализированных программ при осуществлении планирования ($K_{прог}$) 4. Коэффициент степени соответствия планируемых решений в области управления ресурсным обеспечением реальным условиям ($K_{план}$) 5. Коэффициент использования данных маркетинговых исследований при планировании ($K_{иссл}$) 6. Уровень реализации плановых решений в сфере управления ресурсным обеспечением ($K_{пл.реш.}$)

Направление оценки	Интегрируемые показатели
5. Составляющие интегрального значения коэффициента, характеризующего состояние функции мотивации	1. Уровень удовлетворенности работников состоянием морального стимулирования на предприятии сферы услуг ($K_{уд.мор.}$)
	2. Коэффициент удовлетворенности работников материальным стимулированием ($K_{уд.мат}$)
	3. Коэффициент творческой активности производителей услуг в области управления ресурсным обеспечением ($K_{творч}$)
	4. Коэффициент трудовой дисциплины производителей услуг в области управления ресурсным обеспечением ($K_{труд.дисц.}$)
	5. Коэффициент использования материального стимулирования работников в области управления ресурсным обеспечением ($K_{мат.стим.}$)
	6. Коэффициент использования морального стимулирования работников в области управления ресурсным обеспечением ($K_{морстим}$)
	7. Коэффициент использования социального пакета как группы методов стимулирования работников в области управления ресурсным обеспечением ($K_{соц.пак.}$)
6. Составляющие интегрального значения коэффициента, характеризующего состояние функции контроля	1. Коэффициент контролируемости управленческих решений в области управления ресурсным обеспечением на предприятии сферы услуг ($K_{контр.реш.}$)
	2. Коэффициент контролируемости планирования ресурсного обеспечения на предприятии сферы услуг ($K_{д.к.}$)
	3. Коэффициент контролируемости выполнения должностных обязанностей работниками в области управления ресурсным обеспечением ($K_{к.обяз}$)
	4. Коэффициент контролируемости качества производимых услуг ($K_{к.кач}$)
	5. Коэффициент регулярности контроля выполнения управленческих решений в области ресурсного обеспечения ($K_{рег.к.}$)

В качестве источников информации для расчета системы показателей могут выступать оперативные данные директора, бухгалтерии, экономического отдела, отдела маркетинга и рекламы, управляющих среднего звена, результаты проведенного опроса и анкетирования.

Список литературы

1. Анискин Ю. П. Планирование и контроллинг : учеб. по спец. «Менеджмент орг.» / Ю. П. Анискин, А. М. Павлова. – 2-е изд. – М. : Омега-Л, 2005. – 280 с. – (Успешный менеджмент).
2. Бердникова Л. Ф. Ресурсный потенциал организации: понятие и структура // Вектор науки ТГУ. – 2011. – № 1.
3. Блинов А. О. Внедрение системы управления по целям в российских условиях // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 3. – С. 59-67.
4. Бусыгин А. В. Эффективный менеджмент : учебник. – М. : Изд-во «Финпресс», 2000. – 1056 с. – (Маркетинг и менеджмент в России и за рубежом).
5. Кундышева Е. С. Математическое моделирование в экономике : учеб. пособие для вузов / под ред. Б. А. Сулакова. – Изд. 3-е, пер. и исп. – М. : Дашков и К^о, 2007. – 350 с.
6. Лысенко Д. В. Концептуальные подходы к управлению эффективностью деятельности и принятию управленческих решений // Аудит и финансовый анализ. – 2011. – № 5-6.
7. Орехов Н. А. Математические методы и модели в экономике : учеб. пособие для вузов / Н. А. Орехов, А. Г. Левин, Е. А. Горбунов ; под ред. Н. А. Орехова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 302 с. : ил. – (Профессиональный учебник)

8. Федосеев В. В. Математическое моделирование в экономике и социологии труда. Методы, модели, задачи : учеб. пособие для вузов по спец. «Экономика труда», «Мат. методы в экономике». – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 167 с.
 9. Предводителева М. Д., Балаева О. Н. Управление организациями сферы услуг: формирование сервисной системы // Проблемы теории и практики управления. – 2007. – № 8. – С. 111-118.
 10. Фахрутдинов Р. Системы управления ресурсами предприятия // Маркетинг. – 2013. – № 3. – С. 94-110.
 11. Чернов В. А. Эволюция и перспективы экономико-математического моделирования в управленческом анализе // Аудит и финансовый анализ. – 2016. – № 1. – С. 122-141.
 12. Экономика предприятия торговли и сферы услуг : учеб. пособие / под ред. Ю. А. Аванесова. – М. : Люкс-арт, 1996. – 296 с.
 13. Berry L. L. Relationship marketing. In Emerging Perspectives on Services Marketing // Association. Chicago. – 1983. – № 1. – P. 25-28.
 14. Daft R. 1983. Organizational Theory and Design. West: N.Y.
 15. Levitt T. The Dangers of Social Responsibility // Harvard Business Review. 1958. Vol. 36. № 5. P. 41-50.
 16. Kene F. Selected economic works / Transl. By Gorbunov A. V., Kaplan F. R., Feigina L. A.; Editor-comp. A. I. Kazarin. – М. : Social-economic literature publ., 1960.
 17. Hill T. On goods & services // Rev. of income & wealth. Washington., 1977. Ser. 23. № 4.
 18. Prahalad C., Hamel G. The Core Competence of the Corporation. – Harvard Business Review, 1990, vol. 68, No. 3.
 19. Penrose E. The Theory of Growth of the Firm. – Oxford: Blackwell, 1959.
 20. Wernerfelt B. A resource-based view of the firm // Strategic management journal. – 1984. – Vol. 5. – № 2. – P. 171-180.
-

Yu. E. Appanova*

*Appanova Yulia, PhD in Economics, Senior Lecturer of
Volga Region State University of Service, Togliatti
Julia.appanova@yandex.ru

FORMATION OF THE VOLUME OF SERVICE PROVISION IN SERVICE SPHERE

Keywords: volume of service provision, company of service sector, management of resource provision, model, principles of constructing the model, functions of resource provision management.

Modeling method now serves as an instrument of learning, which the researcher places between himself and the object; i.e. it is used to explore the object of interest. This feature of modeling method determines the specific forms of using abstractions, analogies, hypotheses and other categories and methods of learning.

The need to use modeling method is determined by the fact that many objects or problems, relating to these objects, cannot be studied directly, or such study would require too much time and funds, which is hardly affordable.

Model for assessing the impact of the state of management functions of resource provision upon the volume of company's services enables us to find a qualitative expression of the relationship between the volume of provided services and the determining factors.

The article defines the principles and requirements for the development of economic and mathematical model for assessing the impact of the state of management functions of resource provision on realization of company's services. The author presents the set of instrument-based actions, corresponding to the process of economic and mathematical modeling with the fundamental rationale for the benefits of its application.

Practical significance of this work lies in the possibility of applying the methodological instruments in forecasting in the management of service companies. The use of economic and mathematical model for assessing the impact of the state of management functions of resource provision on realization of company's services is aimed at increasing economic efficiency of resource management at the enterprises of service sphere on the basis of detailed and adjusted management decisions. Such approach ensures visible and clear relation of management decisions with the effectiveness of service companies.

© Анпанова Ю. Э., 2016

УДК 338.465.2

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

kaf_eio@tolgas.ru

Л. А. Абрамова***Абрамова Любовь Андреевна, кандидат экономических наук, ст. преподаватель**Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*

lyubov1109@yandex.ru

ОБОСНОВАНИЕ ИНТЕГРАЦИИ МАРКЕТИНГОВОГО И ПРОЕКТНОГО ПОДХОДОВ В ОБЩУЮ МЕТОДОЛОГИЮ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Ключевые слова: региональная конкуренция, маркетинговый подход, региональный маркетинг, проектный подход.

Региональный маркетинг рассматривается как современная философия территориального управления и развития, представляющая целенаправленную маркетинговую деятельность по повышению привлекательности сосредоточенных в регионе человеческих, природных, материально-технических, финансовых, информационных, инновационных и других ресурсов и вовлечению их в процесс освоения и активного использования в желательных для региона и страны в целом формах, объемах, направлениях.

Маркетинговая деятельность обеспечивает, с одной стороны, выявление, стимулирование и удовлетворение спроса целевых групп потребителей в товарах и услугах, реализуемых на региональных рынках (производимых как на его территории, так и за пределами), а с другой – участие в обеспечении процесса развития внутререгиональных и межрегиональных рыночных отношений, стимулирование роста конкурентоспособности территории.

В данной статье рассмотрена эволюция регионального маркетинга, а также выявлены основные понятия, используемые при определении маркетинга, объектом которого является территория. Изучение сущностных оснований регионального маркетинга свидетельствует о том, что он эволюционизировал в направлении понимания его как определенной философии управления территорией, усложнения функций и принципов реализации с целью продвижения региона на рынки страны и мира посредством креативного использования системы маркетинговых решений, профессионального регионального менеджмента.

Авторами статьи определено, что для решения проблемы повышения конкурентного потенциала регионов с использованием инструментов, технологий и стратегий регионального маркетинга продуктивным представляется использование проектного подхода. В этом направлении высказана и обоснована необходимость интеграции методологий маркетингового и проектного подходов в целях управления развитием региональной сферы услуг.

В настоящее время перед большинством субъектов РФ стоит проблема повышения конкурентного потенциала регионов, выделения приоритетных направлений их развития. Маркетинговый подход к управлению региональным развитием в таких условиях приобретает особую актуальность. Пока не разработаны какие-либо маркетинговые программы развития региона в целом и отдельных отраслей в частности. Однако следует отметить, что разработка программ регионального маркетинга субъектов РФ является актуальной задачей социально-экономического развития регионов.

Региональный маркетинг создает базу для экономической деятельности региональных предприятий, позволяет реализовать эффективные рыночные механизмы на макро- и микроэкономическом уровне, дает ответ на большое количество вопро-

сов, касающихся выделения первоочередных целей и задач развития региона [1].

В российской экономической практике наблюдается тенденция, которая характерна для международной практики, а именно изменение роли регионов. Так, процесс глобализации мировой экономики привел к возникновению не только страновой, но и региональной конкуренции, что было обусловлено рядом факторов:

- регион становится узловым пространством, в котором взаимодействуют региональная политика, субъекты бизнеса и инвесторы, причем центральное место занимает рынок стратегических инвестиций;

- формирование рыночных ниш для крупных предприятий происходит, опираясь на интегрированные региональные рынки;

– возникает необходимость определения приоритетного значения территориального аспекта отраслевого развития, что обуславливает появление наряду с федеральной властью и крупным бизнесом статусных регионов, наиболее привлекательных для инвесторов;

– набор характеристик того или иного региона влияет на его инвестиционную привлекательность и, как следствие, увеличение валового регионального продукта (ВРП) [2].

В совокупности с вышеперечисленными факторами необходимо также учитывать происходящие естественные изменения в соотношении материального производства и сферы услуг в пользу последней, ценность которой, по определению экономистов, «резко возрастает». Она становится преобладающим заказчиком рабочей силы и создателем ВРП и ВВП. Очевидно, что качественный уровень модернизации российской экономики наряду с другими критериями будет характеризоваться и увеличением доли услуг в ВВП страны и ВРП, что не может не предполагать дальнейшего ускоренного развития данной отрасли. И этому, конечно же, важно содействовать, а также контролировать процессы и тенденции развития региональной сферы услуг [3].

На наш взгляд, концепция регионального маркетинга является наиболее перспективной для управления развитием региональной сферы услуг. Она реализует маркетинговые управленческие действия в сфере услуг, способствующие притоку инвестиций в регион. В то же время данная концепция формирует новый тип мышления региональных руководителей и предпринимателей организаций сферы услуг, способствует в максимальной степени удовлетворению выявленных в ходе маркетинговых исследований потребностей населения региона и участников воспроизводственного процесса.

Региональный маркетинг активно эволюционирует. Расширение количества предлагаемых его трактовок и их сущностное обогащение, адаптация функций и принципов маркетинга к быстроменяющимся условиям развития территорий свидетельствуют о понимании исследователями и маркетологами-практиками расширяющихся возможностей данного вида маркетинга для активизации регионального управления. Это нашло отражение в трудах большого числа авторов, работы которых сформировали современный мета- и мезоэкономический дискурс по рассматриваемой проблематике.

Так, в 1994 г. А. М. Лавров и В. С. Сурнин одними из первых ввели в отечественную научную литературу в области региональной экономики термин «региональный маркетинг». Так, по мнению авторов, региональный маркетинг – это элемент системы рыночных отношений, спроецированный не на микроуровень, а на мезоуровень. Это

со всей очевидностью свидетельствовало об акценте (на том этапе) на экономико-географическом подходе к его пониманию [4].

В Европе же в эти годы в инструментарий эффективного управления территориями все чаще включали маркетинговые стратегии формирования конкурентных преимуществ для городов и коммун в целях побед, как писал Ф. Котлер, в «судьбоносных сражениях за увеличение занятости и рост благосостояния» тех из них, кто попал в трудное положение. Книга этого автора – уже в те годы истинного гурзу маркетинга – «Маркетинг мест», написанная совместно с рядом соавторов, была настоящей энциклопедией, востребованной при выявлении сильных и слабых сторон как крупных районов, так и конкретных муниципалитетов, при планировании действенных мероприятий возвращения ими своих доминирующих позиций, при создании позитивного имиджа, продвижении «мест» целевым группам потребителей [5].

В контексте создания парадигмы управления экономикой региона активного типа в 2000 г. в книге «Основы региональной экономики», написанной В. И. Бутовым, В. Г. Игнатовым, Н. П. Кетовой, была дана уточненная трактовка регионального маркетинга как определенного образа мышления и действий руководителей регионального и муниципального уровней, новой деловой философии активной предпринимательской деятельности в регионе, в основе которой лежит стремление удовлетворить выявленные потребности конкретных людей, целевых групп потребителей, предприятий и фирм как в данном регионе, так и за его пределами (посредством действия на избранных рынках), в соответствующих товарах: готовой продукции, технологиях, услугах, информации. Такое определение регионального маркетинга в достаточной степени отражало его целевую направленность, приоритеты, ориентацию на потребителей [6].

А. Л. Гапоненко в те же годы определил региональный и муниципальный маркетинг как систему мер по привлечению в регион или город новых экономических агентов и инвестиций, способствующих процветанию региона в целом. Это не только свидетельствовало о понимании целесообразности принятия маркетингового подхода как одного из составляющих экономического механизма для решения задач развития региона, но и о необходимости разделять понятия «региональный маркетинг» и «маркетинг в регионе» [7].

Впоследствии вопросы регионального и городского маркетинга также являлись предметом изучения. Например, П. В. Кухтин и А. А. Левов определяли маркетинг городской среды через маркетинг территорий городских поселений и маркетинг городской недвижимости, как средство удовлетворе-

ния потребностей человека путем улучшения среды его обитания.

К началу XXI в. благодаря исследованиям таких авторов, как Е. П. Голубков, А. П. Панкрухин, Т. В. Сачук, А. Х. Тамбиев, Е. Г. Чмышенко и др., в российской литературе по маркетингу сложилось понимание необходимости реализации маркетингового подхода при принятии весьма широкого спектра управленческих решений, что отражало потребности обеспечения управления территориальным развитием с использованием его инструментов. Это обусловило появление, в отличие от европейского «маркетинга мест», таких трактовок, как «региональный маркетинг», «маркетинг региона», «муниципальный маркетинг», «маркетинг города», «территориальный маркетинг», «маркетинг территорий», «маркетинг на территории» и др. Они служат платформой базирования разработок маркетинговых планов для муниципалитетов, реализации

конкретных программ продвижения имиджа региона, формирования регионального продукта, проектирования разнообразных территориально-отраслевых кластеров и т. д., осуществляемых территориальными органами управления ряда регионов и городов России.

Результаты изучения сущностных оснований регионального маркетинга и тенденций его трансформации свидетельствуют о том, что он эволюционировал в направлении все большего утверждения его в единстве, во-первых, как особой философии ведения бизнеса на территории, во-вторых, активного управления ее социально-экономическим развитием, в-третьих, изучения рыночной ситуации с последующим воздействием на нее через специфический маркетинговый инструментарий.

Основные функции и принципы регионального маркетинга отражены в табл. 1.

Таблица 1

Функции и принципы регионального маркетинга

№ п/п	Функции регионального маркетинга	Принципы регионального маркетинга
1	Маркетинговые исследования (в рамках микро- и макросреды региона, системы рынков, рыночных субъектов и т. д.)	Производить в рамках региона продукцию и услуги, востребованные рынками и конкурентоспособные на них
2	Сбор маркетинговой информации	Организовывать производство товаров и услуг (в том числе новых) строго с учетом результатов исследования потребностей в них, объема и динамики спроса
3	Планирование маркетинга	Ориентироваться на конкретных потребителей как в регионе, так и за его пределами, для чего профессионально сегментировать рынки, определять целевые сегменты и действовать именно на них
4	Обоснование стратегии формирования конкурентных преимуществ региона и выбор тактики по поводу осуществления необходимых для этого маркетинговых решений	Использовать программный подход для достижения поставленной регионом цели и определения задач на основе применения комплекса маркетинговых средств
5	Разработка новых продуктов, стимулирование их производства в регионе	Обеспечивать взаимодействие и межотраслевую координацию рыночных субъектов в регионе в целях обеспечения сбалансированности спроса и предложения
6	Продвижение товаров и услуг на внутрирегиональные, межрегиональные или международные рынки	Создавать и поддерживать конкурентные преимущества конкретных компаний, фирм, банков и других рыночных субъектов, функционирующих в региональном рыночном пространстве, а также региона в целом
7	Коммуникационное сопровождение распределения и сбыта продукции и услуг, производимых в регионе или ввозимых в него	Формировать позитивный имидж как непосредственно региона, так и действующих в его рамках компаний, а также товаров, производимых на данной территории и продвигаемых на рынки под региональным брендом

Реализация вышперечисленных функций, принципов и маркетинговых подходов может обеспечивать достаточно высокий уровень эффективности управления территорией с подключением инструментов регионального маркетинга. Возможности,

открывающиеся при этом, должны объективно оцениваться и учитываться при принятии стратегических решений по их использованию.

Обобщение изложенных выше позиций относительно регионального маркетинга позволяет кон-

цептуально представить его модель (рис. 1), в которой отражены целевые установки, принципы и взаимодействия, складывающиеся в ходе реализации принятой регионом маркетинговой стратегии на практике.

Учет в практической деятельности региональных органов управления структуры, параметров и связей, отраженных в разработанной модели, как представляется, может способствовать использованию становящихся все более ограниченными ресурсов территории с максимальной пользой для развития конкурентных преимуществ региона, активно распространять информацию о них с ориентацией на целевые группы потребителей [8].

Управляющий потенциал приведенной модели регионального маркетинга целесообразно использовать в программах и проектах, ориентированных на повышение конкурентного потенциала регионов.

Следовательно, для решения проблемы повышения конкурентного потенциала регионов с использованием инструментов, технологий и стратегий регионального маркетинга продуктивным представляется использование проектного подхода.

Целесообразность проектного подхода при реализации стратегических решений по использованию одной из возможных моделей регионального маркетинга (имиджевый или инфраструктурный маркетинг, маркетинг достопримечательностей или знаменитых личностей) подтверждается наличием в региональном маркетинге основных признаков проекта:

- новизна, системность решения проблемы;
- изменения как основное содержание проекта;
- конкретная цель, ограниченная во времени;
- ограниченность требуемых ресурсов;
- выделение сферы проекта в комплексе взаимодействий [9].



Рис. 1. Модель регионального маркетинга

В сфере услуг следует использовать интегрированный маркетинговый и проектный (программный) подход. Термины «проектный» и «программный» по своей сути являются равнозначными и часто несут одинаковую семантическую нагрузку. Однако между ними можно обнаружить различие, которое состоит в отнесении их к объекту исследования. Проект, как правило, характеризует один объект исследования, а программа – несколько или даже множество (комплекс) объектов исследования.

Далее покажем те взаимосвязи, которые способствуют интеграции маркетингового и проектного подходов в общую методологию управления развитием региональной сферы услуг. Для этого рассмотрим инструментарий, который используется методологиями обозначенных подходов.

На рис. 2 представлена схема взаимосвязей каждого из подходов с используемым инструментарием.

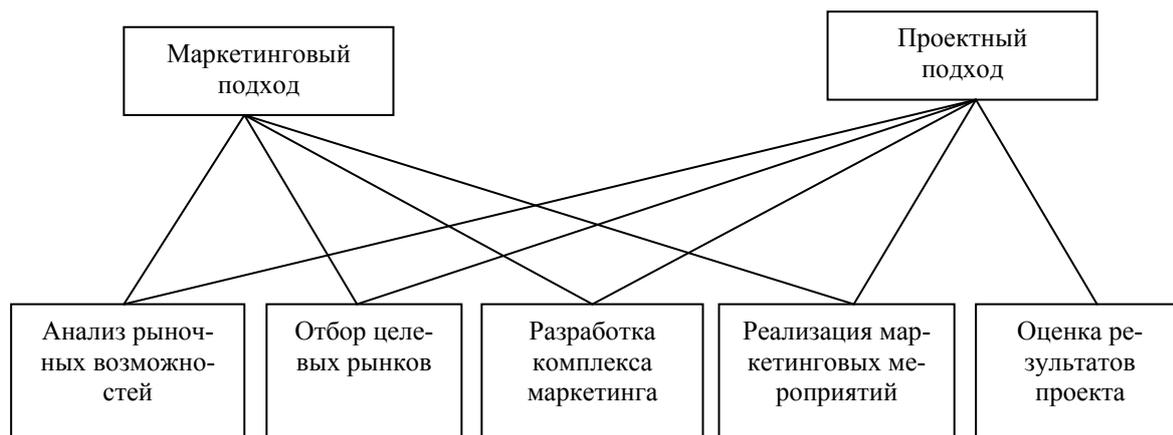


Рис. 2. Взаимосвязь маркетингового и проектного подходов

Анализ построенных взаимосвязей дает основание сделать вывод о том, что маркетинговый подход в управления развитием региональной сферы услуг в полной мере использует инструменты проектного подхода, а проектный подход – инстру-

менты маркетинга. Следовательно, интеграция обеих методологий является объективным процессом, который по мере развития современных методов управления развитием региональной сферы услуг будет усиливаться.

Список литературы

1. Бондаренко В. А., Козлякова И. А. Территориальный маркетинг в развитии инфраструктурных проектов в регионе // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 2. – С. 41-45.
2. Козлова О. А. Использование инструментов территориального маркетинга в системе взаимодействия маркетинговых концепций // Экономика. Управление. Право. – 2010. – № 12.
3. Бодрунов С. Д. Модернизация российской экономики на современном этапе // Экономическое возрождение России. – 2012. – № 3. – С. 6-9.
4. Лавров А. М., Сурнин В. С. Реформирование экономики: региональные аспекты. – Кемерово, 1994. – С. 5-8.
5. Kotler Ph., Haider D., Rein I. Marketing Places. – The Free Press A Division of Macmillan, Inc. New York, 1993. – P. 19.
6. Бутов В. И., Игнатов В. Г., Кетова Н. П. Основы региональной экономики. – Ростов н/Д, 2000. – С. 229.
7. Гапоненко А. Л. Развитие региона: цели, закономерности, методы управления. – М., 1999. – С. 16-20.
8. Апенько С. Н., Мамонтов С. А. Маркетинг в контексте системной парадигмы // Дискуссия. – 2011. – № 8 (16). – С. 12-21.
9. Вечканова Е. С., Носкова Е. В. Основные направления проектного управления в маркетинге // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 2. – С. 28-37.
10. Татаркин А. И., Дорошенко С. В. Регион как саморазвивающаяся социально-экономическая система: переход через кризис // Экономика региона. – 2011. – № 1. – С. 15-23.
11. Акаев А. О стратегии интегрированной модернизации экономики России до 2025 года // Вопросы экономики. – 2012. – № 4. – С. 97-116.

12. Мананпов Р. Г. Закономерности, особенности и проблемы развития инновационной деятельности в сфере услуг региона // Региональная экономика. – 2012. – № 32 (263). – С. 2-8.
 13. Полковников А. В., Дубовик М. Ф. Управление проектами. – М. : Эксмо, 2011. – 528 с.
 14. Кроуфорд Л. Расширение навыков управления проектами для осуществления изменений // Управление проектами и программами. – 2013. – № 1. – С. 30-40.
 15. Гречуха Е. И. Управление изменениями на основе гипотезы компактности // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. – 2013. – № 10 (61). – Т. 1. – С. 58-60.
 16. Аньшин В. М. Управление проектами с учетом концепции устойчивого развития // Научные исследования и разработки. Российский журнал управления проектами. – 2013. – № 2. – С. 3-15.
 17. Борисов С. А. Сравнительный анализ проектного и процессного подходов в управлении инновационной деятельностью / С. А. Борисов, А. Ф. Плеханова // Российское предпринимательство. – 2013. – № 13. – С. 91-96.
 18. Вечканова Е. С. Основные направления проектного управления в маркетинге / Е. С. Вечканова, Е. В. Носкова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 2. – С. 28-36.
 19. Hustedde R., Shaffer R., Pulver G. C. Community Economic Analysis: A How-to Manual. Ames, Iowa: North Central Regional Center for Rural Development // Iowa State University, 1984.
 20. Wysocki R. K., McGary R. Effective Project Management. Traditional, Adaptive, Extreme. – 3d ed. – Indianapolis : Wiley Publishing, Inc., 2003. – 464 p.
 21. Richman L. Successful Project Management. – 3d ed. – N.Y. : American management association, 2011. – 206 p.
 22. Katz, Raul The Impact of Broadband on the Economy: Research to Date and Policy Issues – International Telecommunication Union Development Sector, Columbia University, New York City, April 2012.
 23. Carson, Dean Bradley Prosper: An evaluation of tourism's contribution to regional economies – National Library of Australia Cataloguing in Publication Data Bibliography, Australia, 2005.
-

E. V. Bashmachnikova*

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

L. A. Abramova*

**Abramova Lubov, PhD in Economics, Senior Lecturer of
Volga Region State University of Service, Togliatti
lyubov1109@yandex.ru*

FOUNDATIONS FOR INTEGRATION OF MARKETING AND PROJECT APPROACHES INTO THE COMPLEX METHODOLOGY FOR MANAGING THE DEVELOPMENT OF REGIONAL SERVICE SPHERE

Keywords: regional competition, marketing approach, regional marketing, project approach.

Regional marketing is considered as the modern philosophy of territorial management and development, representing targeted marketing activity, aimed at promoting the attractiveness of human, natural, material, technical, financial, information, innovation and other regional resources. These resources should be involved in the development process and actively used in the forms, amounts and directions desirable for the region and the country as a whole.

Marketing activity provides, on the one hand, identification, promotion and satisfying the demand of target groups of consumers for goods and services sold in the regional markets (produced both on its territory and outside the region). On the other hand, it provides participation in the process of development of market relations within the regions and between them, thus stimulating the growth of competitiveness of the territories.

This article describes the evolution of regional marketing, and identifies the main concepts used in characterizing marketing, the object of which is the territory. The study of the essentials of regional marketing shows that its evolution proceeds in the direction of understanding it as a certain philosophy of territorial management, complication of the functions and principles of its implementation, aimed at promoting the region to the country and the world markets through creative use of the system of marketing solutions, and professional regional management.

The authors determined that to solve the problem of increasing the competitive potential of the regions by using the instruments, technologies and strategies of regional marketing, it is advisable to use the project approach. Consequently, there was declared and justified the necessity of integration of methods of marketing and project approaches to managing the development of regional service sphere.

© Башмачникова Е. В., Абрамова Л. А., 2016

УДК 338.465.2; 378

М. С. Екимова*

**Екимова Мария Сергеевна, магистрант*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

Eki-masha@yandex.ru

Научный руководитель: д.э.н., проф. Баимачникова Е. В.

ПОНЯТИЙНЫЙ АППАРАТ ФЕНОМЕНА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Ключевые слова: образовательная услуга, образовательные организации, экономическое благо, потребность, система знаний.

В статье рассматривается актуальное и перспективное в современном мире понятие «образовательная услуга». Целью данного исследования является изучение и сравнение различных взглядов на термин «образовательная услуга». Для достижения указанной цели были использованы как теоретические, так и эмпирические методы, среди них представлены моделирование, абстрагирование, анализ, синтез, сравнение. На сегодняшний день не существует точного определения данному понятию, хотя оно крайне необходимо, так как в условиях рыночной экономики такой вид услуг стал наиболее популярным. Отмечены общие признаки услуг, но на их основе невозможно дать четкого определения, поэтому также были выделены специфические черты образовательных услуг. К ним, в частности, отнесены: наличие определенного субъекта, недолговременность данной услуги, неразрывность между производством и потреблением. Термин «публичная услуга» упоминается для определения места государства в системе образовательных услуг. Более того, прослеживается неразрывная связь между юридической и экономической наукой, которая выстраивает необходимое межотраслевое взаимодействие для выделения новых признаков образовательных услуг. Таким образом, государство занимает одну из главных позиций в системе образовательных услуг, применяя административные методы для более рационального распределения бюджетных средств, делегирования полномочий муниципальным органам власти и удовлетворения публичных потребностей общества. Наконец, дано оригинальное определение образовательной услуги, которое может дополнить законодательные акты, в частности Закон РФ «Об образовании».

Начиная с конца XX века в наиболее развитых странах начался переход к постиндустриальному обществу, одним из признаков данного перехода называют формирование и впоследствии доминирование сферы услуг в национальной экономике.

Услуги виды деятельности имеют отношение не только к нематериальному, но и к материальному производству. Это связано с огромным разнообразием услуг и тем, что они могут сопутствовать товару, например программное обеспечение в процессе производства товаров [9].

Хотя к сфере услуг относится огромная часть коммерческого сектора – юридические фирмы, страховые компании, частнопрактикующие врачи, бухгалтера и другие, – четкое определение отсутствует. Ф. Котлер определял услугу как любое мероприятие или выгоды, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо. Производство услуг может быть, а может и не быть связано с товаром в его материальном виде [5]. В словаре О. В. Ожегова услуга – это действие, приносящее пользу другому [8].

В отличие от термина «услуга» понятие «образовательные услуги» закреплено на уровне государства в Законе РФ «Об образовании» № 172, он же и определил правовые условия для создания

платных образовательных организаций и осуществления платных образовательных услуг в государственных учреждениях, однако данное определение является второстепенным.

В настоящее время понятие «образовательные услуги» становится все более распространенным как в теории, так и на практике. Свидетельством этому могут служить разнообразные публикации отечественных и зарубежных ученых по данному вопросу.

В научной литературе образовательные услуги определены как один из видов публичных услуг [10]. Хотя термин «публичные услуги» законодательно не закреплен, он активно применяется в научном мире. Данный термин нам представляется необходимым для обозначения связи между потребностями общества, в частности образовательных услугах, и ее обеспечением. С данной точки зрения публичная деятельность – это деятельность, направленная на удовлетворение публичных потребностей и непосредственно связана с государственными функциями. Более того, государственные органы могут оказывать услуги самостоятельно – издание законов в сфере образовательной деятельности, распределение квот на бюджетное обучение; делегировать полномочия муниципальным органам – услуги по обучению в муниципальных бюджет-

ных учреждениях основного и дополнительного образования; оказание услуг коммерческими и некоммерческими образованиями – проведение занятий в различных дошкольных детских клубах и т. д.

В юриспруденции приводятся другие признаки публичных услуг:

1. Общезначимая направленность.
2. Неограниченное количество объектов, пользующихся данным видом услуг.
3. Основаны на частной и публичной собственности.

Таблица 1

Подходы к определению образовательной услуги

№	Автор (источник)	Определение образовательной услуги
1	ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»	К основным образовательным услугам относятся услуги, предоставляемые по основным образовательным программам [2]
2	Бурденко Е. В.	Полезный вид труда, непосредственно удовлетворяющий потребность человека в образовании и как материально-вещественный продукт, позволяющий удовлетворять образовательную потребность человека самостоятельно [3]
3	Зиннуров У. Г.	Объем учебной и научной информации как суммы знаний общеобразовательного и специального характера и практические навыки, передаваемые личности по определенной программе [4]
4	Колесов В. П., Манкинли Т.	Экономическая категория, в которой концентрированно выражены сложные экономические отношения в области образования [11]
5	Лукашенко М.	Совокупность целесообразной деятельности, удовлетворяющей потребность субъекта в образовании, и промежуточных образовательных продуктов в форме вещи, сопровождающих такую деятельность [6]
6	Щетинин В. П., Хроменков Н. А., Рябушкин Б. Г.	Система знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения многоликих потребностей человека, общества, государства [12]

Данные признаки также нашли свое отражение применительно к образовательным услугам. Общезначимая направленность закреплена в Конституции РФ, а именно в ч. 3 ст. 43, где устанавливается обязанность родителей обеспечить получение каждым ребенком общего образования. Более того, в данной статье устанавливается, что дошкольное, основное общее, среднее профессиональное образование должно быть общедоступным и бесплатным для неограниченного круга лиц. Государство дает возможность как государственным, так и частным организациям оказывать государственные услуги, однако оно осуществляет жесткий контроль за соблюдением установленных государством стандартов при помощи лицензирования, аккредитации, регулярной аттестации сотрудников учреждений, оказывающих образовательные услуги населению.

Не только доходы из федерального бюджета могут быть источником финансирования образовательной организации. Наряду с ними также учреждения могут функционировать за счет доходов от предпринимательской деятельности, в частности от оказания платных услуг. В соответствии с 51 статьей Бюджетного кодекса РФ доходы бюджетного учреждения, полученные от предпринимательской и иной деятельности, приносящей доход, в полном

объеме учитываются в смете доходов и расходов бюджетного учреждения и отражаются в доходах соответствующего бюджета как доходы от использования имущества, находящегося в государственной или муниципальной собственности, либо как доходы от оказания платных услуг [1]. Более того, персонализация финансирования из средств бюджета создает такую ситуацию, при которой учебные заведения не могут быть уверены в получении данных бюджетных средств, поэтому им приходится конкурировать за каждого учащегося. Тем самым возрастает их заинтересованность в повышении качества образования и его соответствии будущему спросу общества.

Услуга как философская категория имеет отличительные признаки. Однако образовательные услуги наряду с общими признаками имеют собственные отличительные черты. Природа образовательных услуг двойственна. С одной стороны, такие услуги имеют признаки товарности: они частично удовлетворяют потребности общества и каждого гражданина в отдельности. С другой стороны – образовательные услуги несут в себе социальную значимость и являются общественным благом. Соотношение общих и частных признаков представлено в табл. 2.

Таблица 2

Признаки образовательных услуг

№	Признак образовательной услуги	Описание признака
I. Общие признаки		
1	Неосязаемость	Низкая степень осязаемости образовательных услуг проявляется в невозможности оценки их качества и объема до полного приобретения. В образовании к параметрам услуг, которые можно наглядно представить, можно отнести образовательные стандарты, учебные планы и программы, информацию о методах, формах и условиях обучения, сертификаты, лицензии, дипломы и т. п.
2	Неотделимость от источника	Свойство неотделимости от источника в отношении образовательной услуги означает, что в результате купли-продажи такой услуги продавец теряет право собственности на свой специфический товар, но покупатель такого права не приобретает: «сам этот товар «исчезает», поскольку потребляется в тот же момент, что и производится и передается»
3	Несохраняемость	Свойство несохраняемости образовательных услуг проявляет себя двояко. С одной стороны, «невозможно заготовить услуги в полном объеме заранее и складировать их как материальный товар в ожидании повышения спроса» [3], т. е. образовательные услуги, как и всякие другие нематериальные блага, не могут накапливаться ни у продавца (преподавателя), ни у потребителя (обучающегося), не могут им и перепродаваться. Вместе с тем эта черта образовательных услуг выглядит «смягченной», поскольку некоторая учебная информация может быть частично подготовлена и зафиксирована на материальных носителях (например, книгах, кассетах). Другой стороной несохраняемости образовательных услуг является естественное для человека забывание полученной информации, а также устаревание знаний, к которому приводят научно-технический и социальный прогресс
4	Непостоянство качества	Непостоянство качества в отношении образовательных услуг помимо неотделимости от исполнителя и невозможности установления жестких стандартов на процесс и результат оказания услуги имеет еще одну причину – «изменчивость «исходного материала».
II. Специфические признаки		
5	Субъект образовательных услуг	Субъектом образовательных услуг чаще всего является преподаватель, который осуществляет непосредственное общение с учащимся. Хотя в настоящее время все большее распространение получает дистанционное обучение и самообразование, где источником информации выступает учебник или компьютер
6	Длительность процесса	Образовательная услуга – это всегда длительный процесс
7	Высокая стоимость	Образовательные услуги обладают высокой потребительной стоимостью, т. к. наращивают потенциал личности, специалиста, а на развитых рынках это выражается в признании высокой стоимости, правомерности высоких цен на них
8	Недолговечность услуги	Данную услугу невозможно заготовить впрок для будущей реализации, это и вызывает особую сложность в установлении баланса между спросом и предложением. Если такую услугу не реализовать в конкретный период времени – пропуск занятий, невыполнение определенной работы, то она становится совершенно бесполезной для общества в целом [14]
9	Активная познавательная деятельность со стороны учащихся	Без обратной связи, усилий со стороны учащихся главная цель образовательного процесса не может быть достигнута

Для реализации образовательных услуг государство выработало определенный механизм для обеспечения потребности в образовательных услугах. В частности, государство определяет:

1. Определенный перечень предоставляемых услуг.
2. Основания, по которым предоставляются услуги.

3. Органы, которые уполномочены на решение вопросов по осуществлению образовательных услуг.

4. Организации, которые предоставляют услуги.

5. Потребители услуг, защита их прав и осуществление обязанностей.

6. Материально-финансовый сектор, механизм его реализации.

7. Контроль качества услуги.

Таким образом, в экономической науке устоялась точка зрения, что образовательные услуги – это вид государственных услуг. Однако российское законодательство оперирует понятием «образовательные услуги» и понимает под данным термином

социально-экономическое благо, которое требует определенных экономических вложений для реализации и достижения ожидаемых результатов.

Экономические критерии представляются нам важными, но в то же время являются недостаточными для объяснения природы образовательных услуг. Необходимо учитывать и юридические аспекты для формулировки полноценного определения. Основываясь на вышесказанном, образовательные услуги представляют собой деятельность нематериального характера, направленную на получение конкретных знаний, умений, навыков, при активном содействии обучающегося и обязательном наличии источника знаний в течение длительного периода времени.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации» от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2016).
2. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (действующая редакция, 2016).
3. Бурденко Е. В. Права работника. – М. : ИИЦ МГУДТ, 2006.
4. Зиннуров У. Г. Маркетинг в деятельности вузов: теория и методы решений. – Уфа : Изд-во УГАТУ, 1993.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга : пер.с англ. – М. : Бизнес-книга, ИМА-Кросс.Плюс, 1995. – С. 600.
6. Лукашенко М. Маркетинг и PR в учебном заведении // Высшее образование в России. – 2002. – № 4. – С. 32-40.
7. Николаева М. А. Маркетинг товаров и услуг. – М., 2001. – С. 151-157.
8. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. – М., 1992.
9. Панкратьева Н. Система статистических показателей сферы услуг как сектора экономики // Вопросы статистики. – 1998. – № 4. – С. 16-21.
10. Тихомиров Ю. А. Публичные услуги и право : науч.-практ. пособие. – М. : Норма, 2007. – С. 141.
11. Колесова В. П., Манкинли Т. Человеческое развитие: новое измерение социально-экономического прогресса. – М. : Права человека, 2000.
12. Щетинин В. П., Хроменков Н. А., Рябушкин Б. Г. Экономика образования. – М. : Рос. пед. агентство, 1998.
13. Firestone Joseph M., McElroy Mark W. Key Issues in the New Knowledge Management. – N.Y. : Butterworth-Heinemann, 2003.
14. Malhotra Y. Knowledge Assets in the Global Economy: Assessment of National Intellectual Capital // Journal of Global Information Management. – July-Sep, 2000.

M. S. Ekimova*

*Ekimova Maria, undergraduate of
Volga Region State University of Service, Togliatti
Eki-masha@yandex.ru

Supervisor: Doctor of Economics, Professor E. V. Bashmachnikova

CONCEPTUAL CONSTRUCT OF THE PHENOMENON OF EDUCATIONAL SERVICES

Keywords: educational service, educational institutions, economic benefit, need, knowledge system.

The article considers the actual and perspective concept of «educational services» in the modern world. The aim of this study is to examine and compare the different views on the term «educational service». To achieve this goal the authors have used both theoretical and empirical methods, including simulation, abstraction, analysis, synthesis and comparison. By now, there is no precise definition of this concept, even though it is necessary, as in conditions of market

economy this type of service has become the most popular. The existing literature describes common features of services, but based on these characteristics, it is impossible to give a clear definition, so we need to specify namely the features of educational services. These include, in particular: presence of a particular subject, short duration of the service and connection between the production and consumption. The term «public service» is used to determine the place of the state in the system of educational services. Moreover, we may trace the link between the legal and economic science, which builds the necessary collaboration between sectors, in order to define the new features of educational services. Thus, the state occupies one of the top positions in the system of educational services, and uses administrative methods for a more rational allocation of budgetary resources, delegation of powers to municipal authorities and satisfying public needs of society. Finally, the article gives original definition of the educational services, which may be used in legislation, including the RF Law «On Education».

© Екимова М. С., 2016

УДК 332.1

Е. В. Мещерякова*

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

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

kaf_manager@tolgas.ru

В. А. Пасечная*

**Пасечная Вера Александровна, кандидат экономических наук, ст. преподаватель*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

kaf_manager@tolgas.ru

ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА САМАРСКОГО РЕГИОНА

Ключевые слова: особые экономические зоны, территория опережающего социально-экономического развития, инвестиционная привлекательность, региональная политика.

В настоящее время осуществление эффективной региональной политики, нацеленной на реализацию стратегической цели, связанной со структурной перестройкой экономики конкретных регионов на инновационной основе, активизацию реализации их внутренних потенциалов, невозможно без использования новых инструментов. В их числе технопарки, кластеры, особые экономические зоны, технополисы, территории опережающего социально-экономического развития. Данная совокупность инструментов региональной политики РФ свидетельствует об ее усложнении и нацелена на обеспечение эффективности экономического и социального развития на всей территории страны, повышение конкурентоспособности национального хозяйства и конкретных регионов. Главным предназначением региональной политики Российской Федерации является преодоление территориальной дифференциации и дезинтеграции экономического пространства страны, т. е. стирание чрезмерных экономически и социально опасных различий между субъектами Российской Федерации, выравнивание условий жизни их населения. Реализация данной цели определенным образом связана с эффективностью новых инструментов региональной политики России, направленных на структурную трансформацию конкретных регионов и национальной экономики в целом.

Современная политика стимулирования развития отраслей экономики страны, в том числе мерами госрегулирования внешнеэкономической деятельности, невозможна без использования разнообразных финансовых инструментов. При этом важно обеспечить их комплексное и взаимоувязанное использование. Развитие национальной экономики во многом определяется государственной политикой, направленной на создание благоприятных условий для осуществления инвестиционной деятельности, защиту внутреннего рынка, поддержку инноваций и повышение конкурентоспособности отечественных производителей. Современная политика стимулирования экономики предусматривает использование таких финансово-экономических инструментов, как: льготное налогообложение и кредитование, государственные гарантии, содействие в продвижении отечественной продукции на внешние рынки, участие государства в развитии инфраструктуры и т. п. Для привлечения инвестиций в Российской Федерации выделены территории с особым юридическим статусом: при создании предприятий на этих территориях действуют различные экономические льготы.

В связи с необходимостью совершенствования государственного регулирования территориального развития Российской Федерации особую актуальность приобретает эффективность инструментов региональной политики в достижении целей регио-

нального развития. В последнее время наметилась тенденция повышения действенности данных инструментов, что связано с функционированием ОЭЗ, технопарков и территорий опережающего социально-экономического развития (ТОР).

Процесс организации ОЭЗ в России получил развитие после принятия специального Федерального закона и внесения в законодательство изменений, упорядочивших организационные, нормативно-правовые, управленческие, информационные и методические вопросы создания и деятельности ОЭЗ.

Федеральный закон от 22 июля 2005 г. № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» предусматривает установление в пределах экономических зон для резидентов этих зон особого правового режима осуществления предпринимательской деятельности. Наиболее значимой является финансовая составляющая – для резидентов ОЭЗ устанавливается льготная система налогообложения. В частности, предусмотрены льготы по уплате ряда налогов, а также специальные нормы в отношении признания расходов и расчета нормы амортизации при исчислении налога на прибыль.

Другой важнейшей составляющей финансового механизма ОЭЗ являются таможенные льготы. На территории ОЭЗ устанавливается режим свободной таможенной зоны, в соответствии с которым ино-

странные товары размещаются и используются в пределах территории ОЭЗ без уплаты таможенных пошлин и налога на добавленную стоимость. Кроме того, к этим товарам не применяются запреты и ограничения экономического характера, а российские товары размещаются и используются на условиях, применяемых к вывозу в соответствии с таможенным режимом экспорта без уплаты вывозных таможенных пошлин.

Нормативно-правовое обеспечение играет определяющую роль в эффективности ОЭЗ. Российским законодательством предусмотрено не только предоставление исключительных льгот, но и правовая поддержка предпринимательства в рамках ОЭЗ. Главным условием успешности проектов российских ОЭЗ является именно стабильность законодательства и последовательность применения его норм на практике. Невыполнение этого условия, напротив, является предпосылкой неэффективности ОЭЗ, по крайней мере, в долгосрочной перспективе.

В России действует 19 особых экономических зон (ОЭЗ), расположенных на территории разных регионов. ОЭЗ созданы для развития обрабатывающих отраслей экономики, высокотехнологичных отраслей экономики, развития туризма, санаторно-курортной сферы, портовой и транспортной инфраструктур. Перспективными в отношении развития выделяются два типа ОЭЗ – промышленно-производственные и технико-внедренческие. Об этом свидетельствует устойчивый рост показателей количества резидентов по каждому типу зон и размера инвестиций. Среди зон промышленно-производственного типа как самых перспективных на данный момент считаем целесообразным отметить ОЭЗ «Алабуга» и ОЭЗ «Липецк», среди зон технико-внедренческого типа – ОЭЗ «Дубна» и ОЭЗ «Санкт-Петербург».

ОЭЗ ППТ «Тольятти» сегодня прочно занимает позицию одной из самых активно развивающихся в России, уверенно показывая положительную динамику роста. По итогам работы за пять лет ОЭЗ ППТ «Тольятти» вошла в пятерку наиболее эффективных особых экономических зон в Российской Федерации. В 2015 году началось освоение второго этапа ОЭЗ для обеспечения резидентов необходимой инфраструктурой. Несмотря на непростые явления в экономике страны, руководству площадки удалось привлечь крупного инвестора из неавтомобильной отрасли. Особая экономическая зона «Тольятти» получила высокие оценки со стороны федеральных властей, попав в пятерку лучших ОЭЗ в стране, и зарекомендовала себя как действенный механизм промышленного прогресса Самарской области.

С учетом своего расположения ОЭЗ ППТ «Тольятти» имеет определенную отраслевую направленность. К приоритетным для особой экономической зоны отраслям относятся: машиностроение,

автомобилестроение, включая производство автомобильных компонентов, химия и фармацевтика, а также производство строительных материалов и товаров народного потребления. С одной стороны, это обусловлено региональной спецификой: Самарская область занимает лидирующие позиции в производстве автомобилей и автомобильных компонентов, авиастроении, в химической и нефтехимической отраслях, обладает достаточным промышленным и кадровым потенциалом для локализации новых производств и наращивания мощностей существующих. Но это также соответствует задачам, с целью решения которых в Самарской области была создана особая экономическая зона:

- создание и обеспечение благоприятных условий для привлечения крупномасштабных инвестиций российского и иностранного капитала;
- организация крупных и средних высокотехнологичных промышленных производств в различных отраслях, не связанных с автомобилестроением;
- организация с участием стратегических инвесторов, в том числе иностранных, производств конкурентоспособных автомобильных компонентов высокого технического уровня;
- наращивание экспортного потенциала Самарской области и увеличение поступлений налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджеты всех уровней;
- повышение уровня занятости населения региона за счет создания новых рабочих мест;
- развитие социальной инфраструктуры муниципального района Ставропольский и диверсификация экономики городского округа Тольятти.

Резидентами ОЭЗ «Тольятти» на текущий момент являются 17 компаний из восьми стран мира, восемь из них приступили к строительномонтажным работам на своих участках, запуск первого производства состоялся 12 августа 2014 года. Общий объем заявленных инвестиций в проекты резидентов составляет более 22 млрд рублей. При этом они обеспечат создание более 5 тысяч новых рабочих мест. Из почти 12 миллиардов рублей общих вложений 7,9 миллиарда являются частными средствами инвесторов, причем по сравнению с уровнем 2015 года цифра выросла вдвое.

В ходе реализации проекта созданы реальные предпосылки исполнения долгосрочных инвестиционных программ и решения ключевых стратегических задач: диверсификация экономики региона, увеличение экономического потенциала, социальной привлекательности Самарской области, повышение занятости населения региона за счет создания новых рабочих мест, что позволит достичь устойчивого экономического развития и нарастить инвестиционный потенциал губернии.

Еще одно приоритетное направление деятельности ОЭЗ ППТ «Тольятти» – это привлечение инвесторов в особую экономическую зону в качестве резидентов и сопровождение проектов инвесторов

на всех этапах подготовки и подачи заявки на заключение соглашения об осуществлении промышленно-производственной деятельности в особой экономической зоне. Данная деятельность направлена на достижение стратегических целей особой экономической зоны:

- увеличение экономического потенциала, инвестиционной и социальной привлекательности Самарской области;

- повышение уровня и качества жизни населения Самарской области на основе повышения эффективности экономики и обеспечения дополнительных поступлений налогов, сборов и иных обязательных поступлений в бюджеты всех уровней за счет активизации инновационных и инвестиционных процессов;

- создание условий для развития российской промышленности, ее интеграция в мировую экономическую систему, производство высокотехнологичной, конкурентоспособной промышленной продукции;

- диверсификация экономики городского округа Тольятти.

В апреле в особой экономической зоне «Тольятти» состоялся запуск производства японской компании «Атсумитек Тойота Цусе Рус». Данная компания стала резидентом ОЭЗ «Тольятти» в июле 2013 года. Спустя год начались строительные работы, и в ноябре 2015-го завод уже выпускал продукцию в тестовом режиме. Потребителями автокомпонентов стали АВТОВАЗ и альянс Renault-Nissan, компании ОАГ в Ижевске и ГАЗ в Нижнем Новгороде. К 2017 году планируется выйти на производственную мощность в 700 тысяч единиц продукции в год.

В 2016 году выпуск автокомпонентов начал еще один резидент особой экономической зоны «Тольятти» – компания «Эдша Тольятти». Это первое в России производство немецкой корпорации Edscha, с 2010 года входящей в группу Gestamp. Ожидаемый общий объем производства в 2016 году – около 2,5 миллиона изделий. Главный потребитель продукции завода – альянс АВТОВАЗ-Renault-Nissan. Свыше 100 тысяч комплектующих отгрузила на АВТОВАЗ компания Edscha за время работы в ОЭЗ «Тольятти». Сейчас на заводе собираются автокомпоненты для трех вазовских автомобилей: Granta, Kalina и Vesta. В среднесрочной перспективе завод планирует принять на работу более 150 сотрудников, что в ситуации роста безработицы является положительной тенденцией.

Выручка автокомпонентных предприятий, являющихся резидентами особой экономической зоны «Тольятти», составила к настоящему моменту более 1 миллиарда рублей. Таким образом, ОЭЗ – это уникальная территория в Самарской области, на которой действует ряд преференций для резидентов – налоговые и таможенные льготы, готовая инфраструктура, бесплатное подключение к энер-

горесурсам и административная поддержка. Важным фактом для компаний из автомобильной отрасли стала территориальная близость АВТОВАЗа – основного потребителя продукции. Не случайно первыми резидентами особой экономической зоны «Тольятти» стали именно производители комплектующих, в настоящее время – это 12 из 17 работающих здесь компаний. Их вложения в развитие проектов в ОЭЗ составляют уже более 6,5 миллиарда рублей. Если первые инвесторы были связаны с автомобильной промышленностью, то сейчас наблюдается интерес к ОЭЗ «Тольятти» других компаний. Наиболее перспективным на сегодня является российско-китайский проект, направленный на создание изделий из керамогранита. Продукция должна занять 10% российского рынка.

Таким образом, необходимо отметить наличие определенных положительных тенденции, наметившихся в развитии отечественных ОЭЗ, но также существует ряд сдерживающих факторов, основным из которых является их несистемность – все они представляют разрозненные элементы, слабо связанные между собой. Кроме того, большая часть предпринимателей не имеют должной информации об их функционировании и предлагаемых условиях размещения.

В 2015 году впервые был отмечен миграционный отток, Тольятти покинул 1% населения (14 тысяч человек). За последние два года в 3,7 раза выросла безработица. Наблюдается падение индекса промышленного производства и снижение показателя оборота розничной торговли. С целью привлечения инвестиций, диверсификации экономики, решения проблемы занятости населения и развития бизнеса городу Тольятти был присвоен статус территории опережающего социально-экономического развития, основной задачей которой является укрепление и модернизация промышленности и экономики Российской Федерации.

Федеральный закон от 29 декабря 2014 г. № 473-ФЗ «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» определяет правовой режим территорий опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации, меры государственной поддержки и порядок осуществления деятельности на таких территориях. Федеральным законодательством установлено, что ТОРы будут действовать в течение 70 лет с возможностью продления срока действия. Территория опережающего социально-экономического развития – часть территории субъекта Российской Федерации, включая закрытое административно-территориальное образование, на которой в соответствии с решением Правительства Российской Федерации установлен особый правовой режим осуществления предпринимательской и иной деятельности в целях формирования благоприятных условий для привлечения инвестиций,

обеспечения ускоренного социально-экономического развития и создания комфортных условий для обеспечения жизнедеятельности населения. Основная задача ТОР – стимулировать на локальной территории страны инвестиционную активность.

Принципы подхода создания и функционирования ТОР обусловлены индивидуальным подходом к разработке конкретной территории, который характеризуется географическим и геополитическим факторами, оценкой природно-ресурсной базы, оценкой эффективности развития производственных мощностей и прогнозной оценкой динамики роста объемов дополнительных доходов, поступающих в соответствующие бюджеты в связи с созданием таких территорий, а также иными объективными условиями и факторами.

В Постановлении Правительства Российской Федерации № 974 от 28.09.2016 г. перечислено 33 вида экономической деятельности, которые допускаются при реализации инвестиционных проектов

резидентами территории. Согласно документу минимальный объем капитальных вложений резидентов составляет не менее 20 млн рублей. От каждого потенциального резидента в течение первого года после включения в соответствующий реестр требуется инвестировать не менее 5 млн рублей и создать не менее 20 новых рабочих мест. В частности, речь идет об обнулении федеральной ставки налога на прибыль, снижении региональной составляющей с 18 до 5% в первые пять лет работы и до 10% – во вторые пять лет. Среди других послаблений – освобождение от налога на имущество и на землю, облегченный порядок проведения государственного и муниципального контроля. Кроме того, компании, получившие статус резидента, в первые три года работы ТОР смогут существенно сэкономить на отчислениях во внебюджетные фонды с заработной платы сотрудников: ставка понизится с действующих 30 до 7,6% (табл. 1).

Таблица 1

Ставки налогов, применяемые на территории опережающего развития

	ТОР	Срок	Обычная ставка
Налог на прибыль:			
В федеральный бюджет	0%	5 лет	2%
В региональный бюджет	До 5% от 10%	5 лет 6-10 годы	18%
Налог на имущество	Полное или частичное освобождение		2,2%
Налог на землю			1,5%
Страховые выплаты	7,6%	10 лет	30%

Новые предприятия, получившие статус резидента, могут рассчитывать на значительные преференции. Приобретение Тольятти статуса территории опережающего социально-экономического развития (ТОР) позволит повысить инвестиционную привлекательность, открыть новые предприятия, увеличить дополнительные налоговые поступления в городской бюджет и снизить социальную напряженность.

Таким образом, предполагается, что главным результатом должна стать активизация процессов модернизации региональной экономики, прежде всего за счет стимулирования развития импортозамещающих (а в перспективе и экспортоориентированных) производств с высоким уровнем добавочной стоимости. Этот путь обеспечивает переход региона к устойчивой и бездотационной модели развития, будет способствовать решению задач социального развития и повышения уровня жизни населения.

Список литературы

1. Федеральный закон от 29 декабря 2014 г. № 473-ФЗ «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Система ГАРАНТ. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/>
2. Постановление Правительства РФ от 17.06.2010 г. № 447 «О представлении Президенту Российской Федерации предложения о подписании Соглашения по вопросам свободных (специальных, особых) экономических зон на таможенной территории Таможенного союза и Соглашения о свободных складах и таможенной процедуре таможенного склада» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru>
3. Федеральный закон от 22 июля 2005 г. № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» с изменениями и дополнениями от: 3 июня, 18 декабря 2006 г., 30 октября 2007 г., 23 июля 2008 г., 25 декабря 2009 г., 1, 18 июля, 7, 28, 30 ноября, 3, 6 декабря 2011 г., 30 декабря 2012 г., 4 марта, 23 июля 2013 г., 23 июня 2014 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/>
4. Архипов А. Ю., Павлов П. В., Татарова А. В. Институты особой экономической зоны и приграничной торговли как структуры эффективного развития международной инвестиционной деятельности : монография. – Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2011. – 294 с.

5. Башкирцев А. С., Соловьева А. И. К вопросу формирования промышленно-производственных особых экономических зон // Экономика. Государство. Право (электронный журнал науч. публикаций студентов и молодых ученых) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ego.uara.ru>
 6. Камдин А. Н., Ельмеева И. Г. Особые экономические зоны: проблемы и особенности функционирования на региональном уровне // Молодой ученый. – 2013. – № 5. – С. 312-317.
 7. Кириллова Т. В. Особые экономические зоны в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Экономика и Право». – 2014. – № 12. – Режим доступа: <http://www.nauteh-journal.ru>
 8. Отчет по созданию и развитию Особой экономической зоны «Тольятти» за 2015 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tltisc.com/tu>
 9. Плотникова О. В. Международные связи регионов государств: характеристика и особенности. – М. : Юр. норма, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 192 с.
 10. Смородинская П. А., Капустин А. С. Свободные экономические зоны: мировой опыт и российские перспективы // Вопросы экономики. – 2012. – № 27. – С. 126-140.
 11. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ, департамент особых экономических зон [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/sez/main/index>
 12. Информационно-аналитический портал РегионСамара.Ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://regionsamara.ru/>
 13. Braunerhjelm P., Parker S. C. Josh Lerner: Recipient of the 2010 Global Award for Entrepreneurship Research // Small Business Econ. 2010. Vol. 35 (3). P. 245-257.
 14. Feser E. J. and E.M. Bergman, 2000. National industry cluster templates: A framework for applied regional cluster analysis, *Regional Studies*, 34 (1): 1-19.
 15. Jayanthakumaran K., 2003. Benefit-Cost Appraisals of Export Processing Zones: A Survey of the Literature, *Development Policy Review*, 21(1): 51-65.
 16. Li Y. Time as a determinant of comparative advantage / Y. Li, J.S. Wilson [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eiit.org/WorkingPapers/Papers/FirmLevelTrade/FREIT094.pdf>. – Загл. с экрана.
 17. Hoekman B. Assessing the Doha Round: market access, transactions costs and aid for trade facilitation / B. Hoekman, A. Nicita // *Journal of International Trade and Economic Development*. 2010. vol. 9, no. 1, pp. 65-79.
 18. Sandford I. Customs in the Regional Trade Agreements of Australia and New Zealand: efforts to improve customs instruments and develop trade / I. Sandford, I. Temby // *Global Trade and Customs Journal*. 2010, vol. 5, no. 11/12, pp. 445-459.
 19. Wilmot Jill. Outsourcing Is Key to Surviving the Downturn [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.us.cargemini.com/insights-resources/publications/outsourcing-is-keyto-surviving-the-downturn%E2%80%94the-cargemini-executive-outsourcingsurvey-conducted-by-harris-interactive>. – Загл. с экрана.
 20. World Bank. Doing Business 2014: Understanding Regulations for Small and Medium-Size Enterprises. Economy profile: Russian Federation. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org>. – Загл. с экрана.
-

E. V. Meshcheryakova*

**Meshcheryakova Elena, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti*

kaf_manager@tolgas.ru

V. A. Pasechnaya*

**Pasechnaya Vera, PhD in Economics, Senior Lecturer of Volga Region State University of Service, Togliatti*

kaf_manager@tolgas.ru

DEVELOPMENT INSTRUMENTS OF INVESTMENT POTENTIAL OF SAMARA REGION

Keywords: special economic zones, territory of advanced social and economic development, investment attractiveness, regional policy.

Currently, the implementation of effective regional policy, aimed at realization of the strategic objective of restructuring the economy of specific regions on innovative basis and intensifying the implementation of their internal potential, is impossible without the use of new instruments. These include industrial parks, clusters, special economic zones, techno-cities and areas of advanced social and economic development. This set of instruments of Russian regional poli-

cy demonstrates its complexity and is aimed at ensuring the effectiveness of economic and social development throughout the country, as well as raising competitiveness of the national economy and specific regions. The main purpose of the regional policy of the Russian Federation is to overcome the territorial differentiation and disintegration of the economic space of the country. This means erasing excessive differences between the regions of the Russian Federation, which may be economically and socially dangerous, and the alignment of the living conditions of their population. Implementation of this objective is connected in some way with the effectiveness of the new instruments of Russian regional policy, aimed at the structural transformation of specific regions and of the national economy as a whole.

© Мещерякова Е. В., Пасечная В. А., 2016

УДК 338.465.2

А. В. Морякова*

**Морякова Анастасия Владимировна, кандидат экономических наук, доцент*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

a.v.moryakova@yandex.ru

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ СЕРВИСА И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МОДЕЛИРОВАНИЯ ИХ ОРГАНИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Ключевые слова: управление, моделирование, организационное развитие, информационное обеспечение, предприятие сферы сервиса.

Основное содержание управления процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса направлено на структуризацию исходной информации о проблеме, требующей принятия управленческих решений. Объем исследований должен обеспечивать снижение неопределенности в оценке свойств принимаемых решений до уровня, позволяющего осуществить обоснованный выбор рационального решения. Основным инструментом подобных исследований служат адекватные модели, дающие возможность воспроизводить различные сценарии проблемной ситуации, прогнозировать варианты ее развития и оценивать эффективность принимаемых управленческих решений в соответствующей обстановке.

Цель работы состоит в определении направлений совершенствования организационного развития предприятий сферы сервиса на основе обоснования необходимости и значимости применения методов моделирования и проектирования информационного обеспечения разработки и принятия решений в области управления процессом предоставления услуг.

Методологическую основу работы составили теоретические научные методы: метод формализации, метод индукции и дедукции, метод классификации, метод анализа и синтеза, метод абстрагирования, метод эмпирического обобщения, метод исследования причинно-следственных связей, метод структуризации, а также системный подход.

Результатом работы является определение значения механизма управления процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса, реализуемого в рамках функционирования гибридной системы, выявление приоритетных направлений моделирования управления процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса, предложение параметров оценки отдельных зон информационного обеспечения управления процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса. Практическая значимость работы вносит определенный вклад в разработку мер по модернизации организационных структур, направленных на повышение эффективности управления процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса, с учетом соблюдения требований научной основы, проявляющейся в реализации законов организационного развития предприятий сферы сервиса. Область применения результатов работы определена возможностью использования материала для дальнейших научных и методических разработок в области совершенствования организационного развития предприятий сферы сервиса.

В современных условиях инновационного развития предприятия сферы сервиса способны осуществлять эффективное управление процессом предоставления услуг, обеспечивая максимизацию прибыли, снижение суммарных затрат и улучшение качества использования интеллектуального и материально-технического потенциала. Достижению указанных положительных результатов препятствуют различные виды рисков, среди которых целесообразно выделить: неопределенность условий, в которых разрабатываются и реализуются управленческие решения; высокая динамичность текущей экономической ситуации; нестабильность условий инвестирования и использования прибыли, вызванная глобальным кризисом в финансовом секторе и последовавшей за ним рецессией; неопределен-

ность политической ситуации; неблагоприятные социально-политические изменения; неопределенность природно-климатических условий, вызванных, в частности, глобальным потеплением, а также возможность стихийных бедствий.

Возрастание объема информации, необходимость учета большого числа взаимосвязанных факторов и стремительно меняющейся обстановки настоятельно требуют использовать гибридные системы управления процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса, способные анализировать разнородную информацию, собираемую из различных источников и адекватно отражающую в режиме реального времени основные аспекты производственной и финансовой деятельности [1-3].

Механизм управления процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса, реализуемый предлагаемой гибридной системой, предусматривает решение следующих задач:

- повышение достоверности имеющейся информации путем выявления, отбора, синтеза, обобщения, хранения и распространения знаний;
- придание знаниям потребительского характера таким образом, чтобы они представляли собой необходимую и доступную для лица, принимающего решения, информацию;
- создание интерактивной среды, где специалисты постоянно обмениваются информацией и используют все условия для усвоения новых знаний.

Следовательно, важнейшей целью таких гибридных систем является интеграция разнообразных стилей и методов решения, базирующихся на моделировании проблемной ситуации в управлении процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса и вместе с тем позволяющих использовать экспериментальные данные, экспертные оценки, предыдущий опыт и справочную информацию [4-8].

Формальная постановка задачи моделирования проблемной ситуации состоит в том, что исходя из

цели, с учетом существующих стратегий и неопределенных факторов, на основе моделей предпочтения возможных исходов и их характеристик необходимо сформировать иерархически упорядоченную совокупность моделей проблемной ситуации. В общем случае необходимость рассматривать не одну модель, а их многоуровневую иерархию определяется особенностью схемы исследования проблемной ситуации, которая описывает различные аспекты последней, начиная с формирования цели и заканчивая расчетом ее основных производственных показателей. С помощью такого подхода при решении задачи моделирования проблемной ситуации можно структурировать процесс моделирования, существенно облегчить оценку эффективности принимаемых решений, выявить наиболее значимые факторы, влияющие на их эффективность. В то же время эта методология предъявляет вполне определенные требования к моделям, используемым на различных уровнях иерархии исследования. Наиболее важными здесь представляются задачи, связанные с моделированием цели, предпочтений и результатов производственно-хозяйственной деятельности предприятий сферы сервиса (табл. 1) [9-12].

Таблица 1

Моделирование управления процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса: приоритетные направления

Направление моделирования	Характеристика
Моделирование цели	Для того чтобы исследования были содержательными, необходимо достаточно четко формализовать цель деятельности предприятия сферы сервиса. При этом следует использовать конкретные типы шкал для количественной оценки факторов, определяющих степень достижимости цели (дискретные и интервальные). Кроме того, формализация цели должна учитывать характеристики внешней среды как необходимое условие получения обоснованного решения
Моделирование предпочтений	При принятии любых решений перед руководителем стоит проблема выбора объектов, подлежащих дальнейшему рассмотрению, из множества имеющихся. Осуществляя такой выбор, лицо, принимающее решения, руководствуется своей системой предпочтений. Эта система может быть выявлена и измерена в ходе контрольного предъявления руководителем объектов из представленной совокупности. Выявленная и измеренная система предпочтений лица, принимающего решения, называется моделью предпочтений. Разработаны специальные методы моделирования предпочтений руководителей, использующие формальные и неформальные процедуры
Моделирование производственно-хозяйственной деятельности предприятия сферы сервиса	Для построения модели необходим комплекс исходных данных, характеризующих начальное и текущее состояние предприятий сферы сервиса, а также служащих прогностическими параметрами при оценке их производственно-хозяйственной деятельности

Информационное обеспечение играет важную роль в достижении требуемого уровня эффективности моделирования управленческих процессов на предприятиях сферы сервиса и качества принимаемых на этой основе управленческих решений, по-

скольку неполнота, недостаточность и запаздывание исходных данных делают модель неадекватной поставленной управленческой задаче (табл. 2) [13-17].

Информационное обеспечение управления процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса: направления проектирования и параметры оценки

Направления проектирования информационного обеспечения управления процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса	Параметры оценки информационного обеспечения управления процессом предоставления услуг на предприятиях сферы сервиса
<ul style="list-style-type: none"> - Задание номенклатуры используемой информации, включая требования к качеству этих данных по достоверности, оперативности и полноте; - определение источников получения информации; - указание характера поставок информационных ресурсов; - некоторые специальные условия, в частности связанные с охраной персональных данных, а также с ограничениями по конфиденциальности 	<ul style="list-style-type: none"> - Состав исходных данных, включающих перечень сведений, необходимых для управления процессом предоставления услуг; - форма представления исходных данных, задающая степень их детализации, способ компоновки и некоторые специальные свойства; - периодичность представления либо обновления исходных данных; - продолжительность и другие условия хранения поступившей информации; - достоверность используемых исходных данных; - затраты на создание и поддержание информационной инфраструктуры

В настоящее время особую значимость в деятельности предприятий сферы сервиса приобретает задача анализа и моделирования организационного развития предприятий сферы сервиса.

Под организационным развитием понимаются целенаправленные организационные изменения, предназначенные для увеличения эффективности работы предприятия сферы сервиса и оптимального использования его ресурсов в процессе достижения

поставленных целей. При этом результатами организационного развития могут выступать величина прибыли, темпы роста, занимаемая доля рынка, обеспечение непрерывности деятельности, а также разнообразные эффекты, проявляющиеся в формальных и неформальных отношениях персонала.

Можно выделить три устоявшихся подхода к определению понятия «организационное развитие» предприятия сферы сервиса (рис. 1).

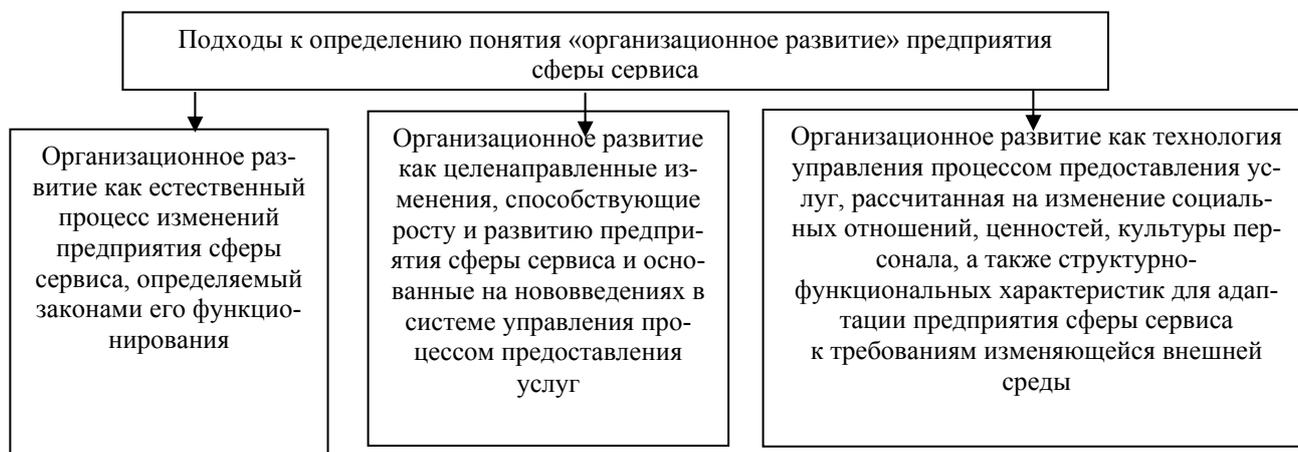


Рис. 1. Подходы к определению понятия «организационное развитие» предприятия сферы сервиса

Общей составляющей всех трех подходов к определению организационного развития являются те или иные изменения, происходящие на предприятиях сферы сервиса. Эти подходы рассматривают развитие предприятий сферы сервиса с позиции различных уровней анализа: методологического, организационного и методического.

Большинство ученых сходятся во мнении, что впервые законы организационного развития пред-

приятий сферы сервиса описаны А. А. Богдановым. В научной литературе можно встретить несколько классификаций законов предприятий: общие и специфические; относящиеся к законам функционирования и законам развития, законам динамическим и статистическим; отражающие количественные и качественные связи. При этом сами законы предприятий можно разделить на законы первого уровня и законы второго уровня (табл. 3) [18-20].

Таблица 3

Законы организационного развития предприятий сферы сервиса

Законы первого уровня		Законы второго уровня	
Закон онтогенеза	Определяет, что каждое предприятие сферы сервиса проходит последовательные стадии жизненного цикла и предполагает использование принципа взаимосвязи в рамках методологии управления организационными изменениями. Это может служить основой для увеличения эффективности планирования и реализации организационных изменений, особенно стратегических, за счет оптимизации процессов принятия управленческих решений, выбора целесообразных инновационных проектов и направлений организационных преобразований, а также готовности персонала к изменениям. Изменения служат источником перехода предприятия на качественно новые уровни работы и развития	Закон информированности и упорядоченности	Предприятие сферы сервиса способно к выживанию только в том случае, если оно обеспечено полной, достоверной и упорядоченной информацией. Для более глубокого понимания информационной модели организационных изменений необходимо правильно представлять фундаментальную связь категории «информация» с понятиями «энтропия», «полнота», «достоверность», «упорядоченность», «оперативность», «надежность». Данные характеристики информации изучаются в рамках теории информации и теории принятия управленческих решений
Закон синергии	На каждом предприятии сферы сервиса возможен как прирост, так и снижение общего организационного ресурса по сравнению с простой суммой возможностей входящих в предприятие элементов. Важным является изучение, диагностика и оценка особенностей процессов самоорганизации и саморазвития, возникающих в ходе организационных преобразований. Они протекают наряду с процессами управления. Анализ организационных изменений как открытых, нелинейных и динамических систем с помощью таких переменных, как диссипативность, фрактальность, эмерджентность	Закон композиции и пропорциональности	Каждое предприятие сферы сервиса стремится сохранить в своей структуре все необходимые элементы, находящиеся в заданной соотносительности или подчинении. В управлении организационными изменениями возникают такие проблемы, как: определение главной цели внедрения изменения; определение подцелей для множества структурно-функциональных элементов, участвующих в реализации нововведений; согласование множества подцелей для достижения главной цели изменения
Закон самосохранения	Любое предприятие сферы сервиса стремится сохранить себя как целостное образование (система) за счет оптимального использования своих ресурсов	Закон слабого звена	Структурная устойчивость предприятия сферы сервиса (его целостность как системы) определяется устойчивостью самого слабого его звена

Основными способами, с помощью которых можно модернизировать традиционные организационные структуры на предприятиях сферы сервиса, направленными на совершенствование управления процессом предоставления услуг, представляются следующие:

– внедрение современных информационных и коммуникационных технологий, что обеспечивает

ускорение потоков информации знаний внутри предприятия;

– интеграция межфункциональных рабочих команд, объединение нескольких видов деятельности, что повышает гибкость реагирования на запросы потребителей;

– уменьшение числа уровней управления, что ведет к ускорению реагирования на изменения и сокращению затрат;

– увеличение ресурсов, выделяемых на развитие знаний и навыков на всех уровнях, что поддерживает стратегические ресурсы и усиливает компетентности;

– поддержание многочисленных связей с внешними предприятиями, что выступает источником устойчивых синергетических эффектов;

– трактовка структуры предприятия сферы сервиса как временной конфигурации элементов, постоянный поиск инноваций;

– использование накопленного и теоретически зрелого опыта, которым характеризуются ведущие мировые предприятия.

Список литературы

1. Ковин Дж. Г. Стратегический менеджмент в малых фирмах в условиях враждебной и благоприятной внешней среды // Рос. журн. менеджмента. – 2012. – № 3. – С. 73-90.
2. Лехто А., Матвеев А. Эффективность управления и возможности российских предприятий // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 5. – С. 86-91.
3. Шрейгер Дж. Поведенческая стратегия: фундаментальный подход // Стратег. менеджмент. – 2013. – № 3. – С. 178-192.
4. Артюхина В., Ефанов В. Информационная поддержка принятия решений: гибридная система // Проблемы теории и практики управления. – 2012. – № 4. – С. 64-73.
5. Гергерт Д. Стратегическое и проектное управление: концептуальная модель интеграции // Проблемы теории и практики упр. – 2012. – № 6. – С. 69-75.
6. Антонов В. Концепция стратегического управления организацией // Маркетинг. – 2014. – № 3. – С. 107-124.
7. Джонсон Дж. Микростратегия и стратегирование: к деятельностной теории стратегического управления // Рос. журн. менеджмента. – 2011. – № 4. – С. 63-82.
8. Ерохина Л. И., Башмачникова Е. В. Стратегические альтернативы в процессе управления на предприятиях сферы сервиса // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Экономика и финансы. – 2004. – № 2. – С. 137-140.
9. Мунин П. И. Менеджмент устойчивого развития (неопределенностно-информационный анализ) // Менеджмент в России и за рубежом. – 2008. – № 2. – С. 131-137.
10. Клейнер Г. Стратегический менеджмент: актуальные проблемы и новые направления // Проблемы теории и практики упр. – 2009. – № 1. – С. 15-22.
11. Gronroos C. A service quality model and its marketing implications // European Journal 18. 1991. № 4. P. 36-44.
12. Molasy M. Efficiency at Modeling Management by Innovations at the Enterprise of Service // Вестн. ТГУС. Сер. «Экономика». – 2008. – Вып. 3. – С. 6-12.
13. Королев В. А. Стратегическое планирование: качество управления предприятием // Менеджмент качества. – 2010. – № 1-2.
14. Карлина Т. Н. Реструктуризация компаний в условиях кризиса // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – № 4. – С. 128-133.
15. Куликов Ю. А. Инструменты управления организациями сферы услуг // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. – № 6. – С. 32-40.
16. Кормина О. И., Моисеева В. Ю. Специфика планирования маркетинговых услуг. Социальная ответственность бизнеса // Международная научно-практическая конференция : сб. науч. тр. / отв. ред. Ю. А. Анисимова. – 2014. – С. 284-292.
17. Juran J. M. Quality Planning and Analysis. New York, McGraw-Hill, 1993. 560 p.
18. Маркушина Е. Г. Организационные изменения: дифференцирующие шкалы и дегрессионные методы // Современное управление. – 2006. – № 12. – С. 20-31.
19. Кобзева Н. М. Законы организаций как конструкт методологии управления организационными изменениями // Менеджмент в России и за рубежом. – 2011. – № 4. – С. 15-19.
20. Трунова Е. В. Интегрированная система управления: целесообразность и организационные аспекты практической реализации // Менеджмент в России и за рубежом. – 2011. – № 5. – С. 5-12.

*A. V. Moryakova**

**Moryakova Anastasia, PhD in Economics, Associate Professor of
Volga Region State University of Service, Togliatti
a.v.moryakova@yandex.ru*

**MANAGEMENT SYSTEM OF THE PROCESS OF PROVIDING SERVICES BY SERVICE COMPANIES
AND INFORMATION SUPPORT OF MODELING THEIR ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT**

Keywords: management, modeling, organizational development, information support, service company.

The main content of managing the process of providing services by service companies is aimed at structuring the initial information about the problem, which requires taking management decisions. Performed researches should reduce uncertainty in the assessment of the properties of the decisions taken up to a level, where it becomes possible to make a reasonable choice of rational solutions. The main instruments for such studies are adequate models, making it possible to play different scenarios of a problem situation, in order to predict its development options and evaluate the effectiveness of management decisions in the appropriate circumstances.

The purpose of this work is to identify the ways to improve the organizational development of service companies, based on justifying the necessity and importance of using modeling and design techniques for information support of development and making decisions in the control of service providing process.

Methodological basis of this research is made up by theoretical scientific methods: formalization method, the method of induction and deduction, classification method, analysis and synthesis, abstraction method, empirical generalization method, the method of studying cause and effect relationships, structuring method, as well as systematic approach.

The result of work is determining the significance of the process control over the mechanism of providing services by service companies, carried out within the functioning of hybrid systems. Besides, it's the identification of priority areas of process management modeling for the process of providing services by service companies; and proposed parameters for the assessment of certain areas of information support of the process of control over providing services by service companies. Practical significance of this article lies in the fact, that it contributes to the development of measures to modernize the organizational structure aimed at improving the effectiveness of the management of providing services at the enterprises of service sphere, taking into account the requirements of the scientific basis, expressed in the rules of the organizational development of service companies. The results may be used for further research and methodological works in the field of improving the organizational development of service companies.

© Морякова А. В., 2016

МИКРОУРОВЕНЬ

Менеджмент и маркетинг

УДК 339.1

О. В. Гордеева*

**Гордеева Ольга Викторовна, ассистент*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

govhome1986@yandex.ru

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ

Ключевые слова: имидж, маркетинговые стратегии, анкета, критерии оценки, имидж товара, имидж потребителя, анализ.

Успешная деятельность предприятия зависит от множества факторов, в том числе и от ее имиджа. Проблемы формирования имиджа организации находят отражение не только в практике российских компаний (более 78 % организаций в России направленно разрабатывают стратегии формирования имиджа [1]), но и в исследованиях современных ученых. Вместе с тем следует отметить, что сегодня в России эта проблематика находится на стадии разработки и имеет много дискуссионных аспектов, что обуславливает актуальность дальнейшего исследования. Проблема исследования состоит в отсутствии публикаций в области критического анализа существующих методов формирования имиджа организации именно как элемента маркетинговой стратегии. Объектом исследования выступает предприятие как объект формирования имиджа, а предметом – методология формирования имиджа организации как элемента маркетинговой стратегии. В условиях значительной конкуренции перед предприятиями возникает достаточно сложная задача – как удержать свои позиции на рынке и обеспечить эффективность деятельности. На сегодняшний день формирование и развитие имиджа организации является одним из важнейших направлений современного маркетинга. Все более становится очевидным, что данная тематика и проблематика должна быть в фокусе внимания топ-менеджмента любой организации. Однако существующие методы создания и поддержания положительного имиджа и высокой репутации организации предполагают использование стандартных подходов по управлению репутацией компании, что создает значительные сложности и актуализирует поиск новых методологических подходов в данной области.

Среди современных методов формирования имиджа предприятия ученые выделяют в основном средства маркетинговых коммуникаций, среди которых можно назвать: PR, рекламу, личные продажи, стимулирование продаж, спонсорство, создание фирменного стиля, продвижение в сети Internet [5, с. 46]. Данные методы применяются современными компаниями в экономических условиях России, однако они не учитывают стратегическую компоненту, без которой формирование имиджа может не только не иметь положительных экономических результатов, но и не оправдать потребительские ожидания, что, в свою очередь, снизит экономическую эффективность работы предприятия.

Поэтому предлагается использовать инновационную методику формирования имиджа организации, в основе которой лежит система инновационной оценки потребительских предпочтений в интерактивном режиме. Суть данной технологии состоит в том, что в режиме он-лайн (при наличии официального сайта компании) или посредством проведения анкетирования клиентов с периодичностью

от месяца до полугода производится оценка потребителями степени важности отдельных компонент имиджа организации в конкретный промежуток времени. Именно интерактивность позволяет быть данному методу инновационным и эффективно реализовывать функцию контроля, что важно в системе достижения целей маркетинговой стратегии предприятия. Однако инновационность подхода состоит в том, что в данной методике применяется учет маркетинговой стратегии. Так, если стратегия рассчитана на длительный период, то опрос должен проводиться не реже чем раз в полгода, на краткосрочный – раз в месяц. При среднесрочном планировании данный временной показатель колеблется в указанных пределах.

Таким образом, нами предлагается не только средство оценки текущего состояния имиджа предприятия, но и средство продвижения, так как потребители понимают, что их мнение является наиболее значимым для данной организации, а «предприятие, которое ставит на первое место потребителя, в рыночных условиях обречено на успех» [4, с. 32].

Методическая оценка может осуществляться по следующим критериям:

1. Имидж товара. Оценивались такие характеристики, как уровень и качество товара, количество услуг, широта ассортимента, местоположение, наличие автостоянки.

2. Имидж потребителя. Характеристики, которые оценивались: круг потребителей, которые посещают организацию.

3. Внутренний имидж. Оценивалась атмосфера магазина.

4. Имидж руководителя. Оценке подлежали: личность основателя бизнеса или руководителя предприятия.

5. Имидж персонала. Характеристиками, которые оценивались, были: доброжелательное отношение к потребителю, помощь продавца при выборе товара потребителем.

6. Визуальный имидж. Предлагалось оценить внешний вид магазина.

Наиболее важные составляющие имиджа будут являться приоритетными направлениями-целями корректировки маркетинговой стратегии организации. В качестве примера использования данного метода было изучено мнение потребителей о важности отдельных компонент имиджа в деятельности торговой организации ООО «Тепловод» в г. О. Тольятти.

Таким образом, была сформирована анкета для опроса. Для измерения перечисленных показателей разработана соответствующая шкала, содержащая четыре диапазона:

1) от «совершенно неважно» до «недостаточно важно» со значениями от 0 до 2,5 балла;

2) от «недостаточно важно» до «важно» со значениями от 2,5 до 5,0 балла;

3) от «важно» до «достаточно важно» – от 5,0 до 7,5 балла;

4) от «достаточно важно» до «исключительно важно» – от 7,5 до 10,0 балла.

Проведенный анализ результатов опроса свидетельствует о том, что наименьшую важность покупатели придают личности основателя бизнеса или руководителя магазина. Круг потребителей, посещающих магазин, имеет для покупателей среднюю

важность. Степень важности всех других характеристик оказалась значительно выше. Наибольшую степень важности покупатели присвоили качеству товаров, широте ассортимента и доброжелательности сотрудников, что должно быть положено в основу стратегического планирования маркетинговой деятельности данного предприятия.

Проведение критического анализа существующих методов формирования имиджа организации именно как элемента маркетинговой стратегии показал, что среди современных методов формирования имиджа предприятия ученые выделяют в основном средства маркетинговых коммуникаций, среди которых можно назвать: PR, рекламу, личные продажи, стимулирование продаж, спонсорство, создание фирменного стиля, продвижение в сети Internet. Данные методы применяются современными компаниями в экономических условиях России, однако они не учитывают стратегическую компоненту, без которой формирование имиджа не только может не иметь положительных экономических результатов, но и не оправдать потребительские ожидания, что, в свою очередь, снизит экономическую эффективность работы предприятия.

По результатам проведенного исследования можно сделать выводы, что существуют различные подходы к проблеме методического обеспечения формирования имиджа организации как составной маркетинговой стратегии, однако можно выделить некоторые параметры, позволяющие «унифицировать» этот процесс, в данном случае речь идет о позиции потребителей относительно ключевых параметров, формирующих структуру имиджа.

Оценка степени важности потребителями критериев оценки составляющих имиджа показала, что существует некоторая закономерность, которая может быть использована предприятием как фактор управленческого воздействия при формировании стратегии рыночного поведения.

Таким образом, именно опора на развитие данных составляющих имиджа организации должна стать основой тактико-стратегического планирования маркетинговой деятельности предприятия, что, в свою очередь, в конечном итоге повысит экономические результаты функционирования компании.

Список литературы

1. Andrew Smith, Leigh Sparks, Susan Hart, Nikos Tzokas. Delivering customer loyalty schemes in retailing: exploring the employee dimension // International Journal of Retail & Distribution Management. – 2004. – Т. 32. – No 4. – P. 190-204.
2. Brian D. Foster, John W. Cadogan Relationship selling and customer loyalty: an empirical investigation // Marketing Intelligence & Planning. – 2000. – Т. 18. – No 4. – P. 185-199.
3. Важенни И. С. Имидж и репутация организации: экономическое содержание, формирование и оценка // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 2. – С. 136-142.
4. Davenport T. H. Process innovation: reengineering work through information technology. – Boston: Harvard Business School Press, 1993. – 337 p.
5. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз : учеб. пособие для вузов : пер. с англ. / под ред. Б. Л. Еремишина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 416 с. – (Серия «Зарубежный учебник»).

6. Козлова Н. П. Формирование положительного имиджа и деловой репутации компании // Вестник Астраханского гос. техн. ун-та. Сер.: Экономика. – 2011. – № 1. – С. 67-71
7. Комарова Н. В. Использование PR-средств при формировании имиджа социально ответственной нефтяной компании // Нефть, газ и бизнес. – 2009. – № 7/8. – С. 100-105.
8. Лацоник У. Теория инновационного предприятия // Terra economicus : сб. ст. российских и зарубежных экономистов начала XXI века. – М. : Наука-Спектр, 2008. – С. 672.
9. Москвина И. А. Репутация и имидж предприятия как объекты управления в системе маркетинга (практические аспекты) // Маркетинг услуг. – 2007. – № 3. – С. 178-185.
10. Мухина М. В. Оценка как способ формирования имиджа организации // Вестник Волгоградского гос. ун-та. Сер. 2. Языкознание. – 2011. – № 1 (13). – С. 33-37.
11. Сагинова О. В. Влияние мероприятий мерчандайзинга на формирование имиджа торгового предприятия / О. В. Сагинова, Л. Н. Полянский // Маркетинговые коммуникации. – 2009. – № 6. – С. 348-355.
12. Синяева И. М. Маркетинговые коммуникации : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. проф. Л. П. Дашкова. – 2-е изд. – М. : Дашков и К^о, 2007. – 304 с.
13. Сотникова А. С. Формирование и оценка имиджа и репутации организации // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 6. – С. 136-142.
14. Тинберген Я. Пересмотр международного порядка. – М., 1980.
15. Угрюмова А. А. Оценка и формирование корпоративного имиджа малых предприятий / А. А. Угрюмова, Д. В. Агапов // Экон. анализ: теория и практика. – 2010. – № 15. – С. 23-29.
16. Фомина Е. В. Управление деловым имиджем фирмы в современной российской экономике / Е. В. Фомина, А. Е. Хоц // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 1. – С. 46-53.
17. Hammer M., Champy J. Reengineering the corporation: A Manifesto for business revolution. – New York : HarperBusiness, 1993. – 223 p.
18. Harrington J. Business Process Improvement. – New York : McGraw Hill, 1991. – 324 p.
19. Шкардун В. Д. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия / В. Д. Шкардун, Т. Н. Ахтямов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 3. – С. 68-77.
20. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). – М., 1982.

O. V. Gordeeva*

*Gordeeva Olga, Assistant of
Volga Region State University of Service, Togliatti
govhome1986@yandex.ru

MARKETING STRATEGIES AS THE FORMING ELEMENT OF THE COMPANY'S IMAGE

Keywords: image, marketing strategies, questionnaire, assessment criteria, product image, consumer image, analysis.

The success of the enterprise depends on many factors, including its image. Problems of formation of company's image are reflected not only in practice of Russian companies (more than 78% of organizations in Russia are developing strategies aimed at image formation [1]), but also in the researches of modern scientists. However, it should be noted that nowadays in Russia these problems are under development and have a lot of controversial issues, which determines the urgency of further study. The research problem lies in the lack of scientific publications in the field of critical analysis of existing methods of forming the company's image as an element of marketing strategy. The object of research is the company as an object of image formation, and the subject is methodology of formation of company's image as part of marketing strategy. In conditions of strong competition the companies face the difficult task of how to keep their positions in the market and ensure efficiency. Currently the formation and development of company's image is one of the most important areas of modern marketing. It becomes more and more apparent that these topics and issues must be in the focus of attention of the top management of any organization. However, existing methods of creating and maintaining a positive image and high reputation of the organization involve the use of standard approaches to company reputation management, which causes considerable problems and creates the demand for new methodological approaches in this area.

© Гордеева О. В., 2016

Предприятия

УДК 338.46

Р. Ю. Горобец*

*Горобец Роман Юрьевич, аспирант

Сочинский государственный университет, г. Сочи

romanych9999@mail.ru

П. П. Чуваткин*

*Чуваткин Петр Петрович, доктор экономических наук, профессор

Сочинский государственный университет, г. Сочи

lares@sochi.com

РЕЙТИНГОВАЯ ОЦЕНКА АУТСОРСИНГОВЫХ КОМПАНИЙ

Ключевые слова: аутсорсинг, рейтинговая оценка, интегральный показатель, компания-аутсорсер, делегирование.

Заключение договора об аутсорсинге предполагает развитие долгосрочных, ориентированных на партнерство отношений, поэтому особенно важно с исключительной тщательностью подойти к определению и конечному выбору компании-аутсорсера. Оценка предусматривает анализ способностей и возможностей аутсорсера по предоставлению нужных компании заказчика в данный момент ресурсов, навыков и разработок, а также насколько он адаптивен к изменяющимся требованиям со стороны заказчика и способен удовлетворить его новые запросы. До того как принять решение об использовании технологии аутсорсинга, целесообразно провести рейтинговую оценку, позволяющую наиболее объективно рассмотреть все возможные варианты последствий данного решения и выбрать аутсорсинговую компанию с необходимым набором компетенций.

Целью настоящей работы преследовалось предложение методики рейтинговой оценки аутсорсинговых компаний.

Информационную и теоретическую основу при написании данной статьи составили научные работы отечественных и зарубежных авторов, посвященные исследованию и изучению организационных вопросов проведения рейтинговой оценки и применения аутсорсинга. В процессе исследования обозначенной проблематики применялись совокупность методов из области экономики и управления предприятием, менеджмента качества, маркетинга, сравнительный анализ и системный подход.

Процедура оценки и последующего отбора потенциальных компаний-аутсорсеров должна быть основана на определенном наборе показателей и критериев, обоснование которых строится исходя из целей оценки и потребностей субъекта. Проведение комплексной рейтинговой оценки компаний-аутсорсеров обусловлено сложностью выделения приоритетного критерия, на основе которого происходит анализ аутсорсинговых предложений.

Применение методики рейтинговой оценки аутсорсинговых компаний позволяет сделать объективный выбор наилучшего исполнителя делегируемых процессов, что является ключевым фактором успешного применения аутсорсинга и развития взаимовыгодной кооперации.

Рейтинг – это метод сравнительной оценки профессиональной деятельности нескольких предприятий (аутсорсеров), представляющий собой объективное заключение о конкурентоспособности компании в сравнении с аналогичными организациями. В его основе лежит обобщенная характеристика по заранее определенным показателям, позволяющая ранжировать предприятия в определенной последовательности по степени убывания (возрастания) существенных для субъекта оценивания критериев [1, 2].

Метод рейтинговой оценки применяется для анализа определенного перечня показателей, дающих комплексную оценку деятельности компаний-аутсорсеров. Для формирования итоговой рейтинговой оценки осуществляют сведение этих показателей в единый интегральный показатель, на основании которого и определяется рейтинг. Процесс проведения рейтинговой оценки представлен в табл. 1.

Методика рейтинговой оценки аутсорсинговых компаний

I. Предварительный этап	Определение цели и задач оценки
	Определение объектов оценки
	Подбор и подготовка информации для анализа, проверка ее достоверности
	Отбор, структурирование и группировка данных
	Формирование системы показателей, наиболее полно характеризующих оцениваемый объект
II. Аналитический этап	Определение нормативных (эталонных) значений показателей
	Экспертная оценка аутсорсеров по заданным показателям
	Формирование таблицы относительных значений экспертной оценки показателей
	Формирование интегральной оценки по каждой компании-аутсорсеру
III. Заключительный этап	Сравнение аутсорсеров по интегральным показателям
	Выбор наилучшего варианта аутсорсингового предложения

На предварительном этапе обосновывается цель и ставятся задачи проведения рейтинговой оценки аутсорсеров. Для менеджмента СКО основной целью осуществления оценки потенциальных компаний-аутсорсеров является выбор такого исполнителя делегируемых услуг, который бы максимально полно отвечал предъявляемым требованиям со стороны заказчика, качественно и оперативно выполнял объем делегируемых услуг с приемлемым минимальным уровнем затрат.

В качестве объектов оценки определяются предприятия по обозначенному профилю деятельности, с практическим опытом, наличием квалифицированных кадров, географическому месторасположению, с необходимым объемом ресурсов (товаров, номенклатурой услуг) заданного качества и т. п.

В процессе сбора и подготовки информации анализируются и группируются данные из открытых источников, которыми могут служить: фирменные каталоги и прайс-листы, торговые журналы, рекламные материалы, интернет-ресурсы (фирменные сайты, информационные порталы, форумы), выставки и ярмарки, торги и аукционы, личные контакты с возможными поставщиками, информационные (маркетинговые) агентства и исследовательские организации, государственные ведомства.

При проведении рейтинговой оценки важно учитывать следующие составляющие:

- стратегическая направленность (создание стратегического и конкурентного преимущества);
- финансовая эффективность (возможность снижения и оптимизации затрат);
- улучшение качества (повышение уровня качества, доступ к новым навыкам, технологиям и компетенциям);
- оценка рисков (анализ существующих рисков при использовании аутсорсинга: стратегические, страховые, репутационные, операционные);

- практическая реализация (степень доступности необходимых услуг, стабильность рынка аутсорсинга, наличие юридических ограничений).

Выбор компании-аутсорсера, которая будет способна выполнять делегируемый ей вид деятельности, целесообразно проводить по ряду критериев, в качестве которых можно рассматривать [6, 9, 10]:

- 1) практический опыт аутсорсера по реализации аналогичных проектов;
- 2) возможность своевременного доступа компании к ресурсам для развития;
- 3) наличие у аутсорсера автоматизированных средств и технологий;
- 4) стаж работы компании на рынке выбранных услуг;
- 5) наличие необходимого числа специалистов для выполнения делегируемых функций;
- 6) возможность страхования рисков со стороны аутсорсера;
- 7) деловая репутация компании (наличие претензий, рекомендаций от других компаний-заказчиков по результатам взаимодействия с аутсорсером);
- 8) количество клиентов организации на договорах аутсорсинга;
- 9) стоимость реализации необходимого объема делегируемого вида деятельности аутсорсинговой компанией;
- 10) соотношение затрат и преимуществ в сравнении с аналогичными аутсорсинговыми предложениями;
- 11) уровень гибкости и скорости адаптации компании-аутсорсера на изменяющиеся требования компании-заказчика;
- 12) возможность проведения проверок со стороны аутсорсера с целью контроля и развития деятельности предприятия.

На втором этапе компания-заказчик формирует собственное представление относительно требуемого количественного и качественного уровня

компетенций компании-аутсорсера, тем самым определяя эталонные значения характеризуемых показателей [6, 8].

Далее с помощью метода экспертных оценок происходит сравнение потенциальных компаний

аутсорсеров на основе определенных показателей (критериев). Потенциальные исполнители делегируемых процессов сравниваются между собой и с эталонными значениями (табл. 2).

Таблица 2

Экспертная оценка аутсорсеров по заданным критериям

Критерий отбора	Потенциальные претенденты					Эталонное значение
	A1	A2	A3	A4	A5	
Затраты на аутсорсинг, руб.	12 000	11 500	9 000	15 000	12 300	14 000
Надежность, балл	7	8	6	9	7	9
Гибкость и быстрота принятия решения, балл	6	5	6	8	7	10
Опыт и доверие, балл	9	7	5	7	5	9
Обслуживание, балл	5	8	7	8	5	8

Ввиду того, что значения показателей по каждому критерию имеют разные единицы измерения, с целью расчета интегрального показателя необходимо преобразовать таблицу. В данном случае оценка балльных показателей происходит по максимальной оценке, стоимостных – по минимальной, происходит пересчет таблицы относительно эталонных значений. Для этого используются формулы:

для показателей в балльной оценке – $\frac{P_i}{Po_i}$;

для показателей в стоимостной оценке – $\frac{Po_i}{P_i}$,

где P_i – значение i -той строки;

Po_i – образцовое (эталонное) значение.

В результате пересчета получим табл. 3.

Таблица 3

Относительные значения экспертных оценок критериев

Критерий отбора	Потенциальные претенденты					Эталонное значение
	A1	A2	A3	A4	A5	
Затраты на аутсорсинг	1,17	1,22	1,56	0,88	1,14	1
Надежность	0,78	0,89	0,67	1,00	0,78	1
Гибкость и быстрота принятия решения	0,60	0,50	0,60	0,80	0,70	1
Опыт и доверие	1,00	0,78	0,56	0,78	0,56	1
Обслуживание	0,63	1,00	0,88	1,00	0,63	1
Итого:	4,17	4,38	4,25	4,46	3,80	1

На заключительном этапе, сравнивая совокупные показатели, выбирается наибольший, который характеризует наилучший вариант аутсорсингового предложения (в рассматриваемом случае наиболее выгодным является предложение компании-аутсорсера A4).

Ключевым критерием при принятии решения о делегировании вида деятельности на аутсорсинг является оценка эффективности его применения.

Данная оценка должна осуществляться с учетом специфических особенностей сферы деятельности каждой организации, а также включать в себя не только возможность явной экономии (за счет минимизации потребности в ресурсах), но и учет скрытой экономии, связанной прежде всего с сокращением количества объектов управления и контроля.

Список литературы

1. Бешелев С. Д., Гурвич Ф. Г. Математико-статистические методы экспертных оценок. – М. : Статистика, 2010. – 203 с.
2. Дроздова М. И. Выбор методики рейтинговой оценки деятельности кооперативных организаций // Сибирская финансовая школа. – 2007. – № 1. – С. 184.
3. Календжян С. О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний. – М. : Дело, 2003. – 272 с.
4. Кувшинов Д. А., Половцев П. И. Рейтинговая оценка финансового состояния предприятия // Экономический анализ: теория и практика. – 2007. – № 6.
5. Мухина И. С. К вопросу о целесообразности использования аутсорсинга организацией // Сибирская финансовая школа. – 2010. – № 3. – С. 143-148.
6. Переверзева Т. Н., Попов С. А., Суркова Т. В. Разработка методики выбора поставщика аутсорсинговых услуг // Вестник НГУ. Серия: Социально-экономические науки. – 2011. – Т. 11. – Вып. 1. – С. 119.
7. Покровская Л. Л. Аутсорсинг как инструмент управления изменениями в современной организации // Российское предпринимательство. – 2011. – № 4. – Вып. 1 (181). – С. 121-125.
8. Пономарева Т. А., Супрягина М. С. Качество услуг: качественные параметры оценки // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 1 (45). – С. 47-49.
9. Пушкарева Д. А., Видищева Е. В. Теоретические аспекты управления процессом аутсорсинга в современной организации // Европейский журнал социальных наук. – 2012. – № 2 (18). – С. 398-404.
10. Рудая И. Л. Аутсорсинг как современная методология управления организацией // Актуальные проблемы управления – 2008 : материалы междунаро. науч.-практ. конф. – Вып. 5. – М. : ГУУ, 2008.
11. Филина Ф. Н. Аутсорсинг бизнес-процессов: проблемы и решения. – М. : ГроссМедиа: РОСБУХ, 2008. – 208 с.
12. Черемисин Д. В. Аутсорсинг в современной рыночной экономике : монография / под ред. Н. Н. Думной ; Моск. гос. ун-т печати. – М. : МГУП, 2005.
13. Щекотина Н. И., Гарбузова Н. Ю. Система показателей и алгоритм комплексной сравнительной рейтинговой оценки // Материалы IV междунаро. электрон. науч. конф. / Российская академия естествознания. – М., 2012. – С. 115.
14. Ian Benn, Strategic Outsourcing: Exploiting the Skills of Third Parties (The Management Consultancies Association Series), 2008.
15. Johan Rost, The Insider's Guide to Outsourcing Risk and Rewards, 2008.
16. Loh L. & Venkatraman, N. (1992). Determinants of information technology outsourcing: a crosssectional analysis, Journal of Management Information Systems, 9 (1), 7-24.
17. Martinsons M. G. (1993). Outsourcing Information Systems: A Strategic Partnership with Risks, Long Range Planning, 26 (3), 18-25.
18. Nancy Mann Jackson, How to Build a Better Business with Outsourcing. Entrepreneur, 2016.
19. Outsourcing Journal Special Editions, 2015.
20. Rick L. Click. Business Process Outsourcing: The Competitive Advantage, 2004.
21. Ronan McIvor, The Outsourcing Process: Strategic for Evaluation and Management, 2009.

R. Yu. Gorobets*

**Gorobets Roman, graduate student of
Sochi State University, Sochi
romanych9999@mail.ru*

P. P. Chuvatkin*

**Chuvatkin Petr, Doctor of Economics, Professor of
Sochi State University, the city of Sochi
lares@sochi.com*

RATING ASSESSMENT OF OUTSOURCING COMPANIES

Keywords: outsourcing, rating assessment, integral indicator, outsourcing company, delegation.

Conclusion of the outsourcing agreement involves the development of long-term relations, bases on partnership; so it is especially important to assess and choose the outsourcing company with exceptional care. Such evaluation includes

the analysis of potential and capabilities of outsourcing company to provide the customer company with the relevant resources, skills and designs. Another important characteristic of the outsourcing company is the ability to adapt to changing requirements of the customer and to meet any new demands. Before making decision to use the outsourcing technology, it is advisable to carry out the rating assessment in order to objectively consider all possible consequences of this decision, and choose the outsourcing company with the necessary set of competences.

The aim of this work is to offer methodology for rating assessment of outsourcing companies.

Information and theoretical basis of this article is composed by scientific works of domestic and foreign authors, devoted to the research and study of organizational issues of rating assessment and the use of outsourcing. The process of studying these issues implied a combination of methods from the field of economics and business management, quality management, marketing, comparative analysis and systematic approach.

The procedure of assessment and subsequent selection of potential outsourcing companies should be based on a set of indicators and criteria, applied on the basis of the assessment objectives and the customer needs. Detailed rating assessment of outsourcing companies is due to the complexity of selecting the priority criteria, determining the analysis of outsourcing offers.

Applying the methodology of rating assessment of outsourcing companies helps to make an objective choice of the best executive for carrying out the delegated processes, which is a key factor of the successful use of outsourcing and the development of mutually beneficial cooperation.

© Горобец Р. Ю., Чуваткин П. П., 2016

УДК 657

Е. В. Медведева*

*Медведева Екатерина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

kaf_bu@tolgas.ru

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОТЧЕТНОСТИ В УЧЕТНОЙ ПРАКТИКЕ ПРИ ОБЪЕДИНЕНИИ И СЛИЯНИИ КОМПАНИЙ

Ключевые слова: реорганизация, объединения бизнеса, международные стандарты финансовой отчетности, финансовая отчетность.

Изучение международных стандартов финансовой отчетности и российских нормативно-законодательных документов, методических указаний, регулирующих процессы учета и составления отчетности в ходе объединения и слияния экономических субъектов, позволил выявить актуальные вопросы, появляющиеся при формировании учетной информации о компании, образуемой в ходе объединения бизнеса. Формирование бухгалтерской (финансовой) отчетности при реорганизации производится в несколько этапов, этот процесс долгий и трудоемкий. В рамках изучения вопросов оценки имущества и обязательств рассмотрены существующие к их разрешению подходы в международных стандартах финансовой отчетности. На базе методических указаний по составлению бухгалтерской (финансовой) отчетности при объединении или слиянии экономических субъектов сформированы проблемные аспекты составления заключительной бухгалтерской (финансовой) отчетности реорганизуемыми экономическими субъектами. Проблема возникает на этапе формирования вступительной бухгалтерской (финансовой) отчетности, что обусловлено рядом факторов. Прежде всего это несовершенство российской нормативной и методической базы, регулирующей данные аспекты. Открытыми остаются вопросы оценки имущества и обязательств интегрируемых компаний, что является основной причиной недостоверности формируемой в отчетности информации, а также сами механизмы формирования вступительной бухгалтерской отчетности.

Определение подходов к организации учета в различных видах объединения компаний – основная цель МСФО (IFRS) 3 «Объединения бизнеса», утвержденного Приказом Минфина РФ от 28.12.2015 г.

№ 217н [2]. При объединении компаний особое внимание должно уделяться вопросам оценки активов, капитала и обязательств (табл. 1).

Таблица 1

Правила оценки имущества и обязательств при формировании вступительной бухгалтерской отчетности в соответствии с МСФО 3 «Объединения бизнеса»

Объект учета	Правила оценки
Котирующиеся акции	По текущей рыночной цене
Некотирующиеся акции	Оценочная стоимость, которая учитывает такие показатели, как отношение цены акции к доходу, дивидендный доход и ожидаемые темпы роста сопоставимых инструментов компаний с аналогичными характеристиками
Дебиторская задолженность	Дисконтированная стоимость, определенная по текущим процентным ставкам за вычетом сумм сомнительных долгов и расходов на инкассирование. Для краткосрочной дебиторской задолженности дисконтирование не предусмотрено
Готовая продукция и товары	Продажные цены за вычетом суммы расходов на продажу и обоснованной нормы прибыли. Норма прибыли зависит от организации и стимулирования сбыта и величины прибыли для аналогичных видов готовой продукции товаров
Сырье и материалы	Текущая стоимость приобретения аналогичных сырья и материалов
Земля и здания	Рыночная стоимость
Машины и оборудование	Рыночная стоимость, определяемая с помощью профессионального оценщика либо путем определения остаточной восстановительной стоимости
Кредиторская задолженность, векселя к оплате, авансы полученные	Дисконтированная стоимость обязательств, определенная с использованием соответствующих текущих процентных ставок. Дисконтирование не требуется для краткосрочных обязательств, если только эффект дисконтирования не является существенным

Анализ данных табл. 1 позволяет сделать вывод, что МСФО 3 «Объединения бизнеса» устанавливает единственный вариант оценки активов и обязательств при объединениях и слияниях – оценку по справедливой стоимости, при этом содержит руководство по применению данного метода в отношении всех объектов учета. Данный подход, несмотря на сложность его осуществления, позволяет сформировать достоверную учетную информацию об имуществе и обязательствах приобретаемой (реорганизуемой) организации на дату объединения. Целесообразно применять данный подход и в нашей стране. Это облегчит работу при трансформации отчетности в соответствии с требованиями МСФО, что актуально, учитывая транснациональный характер сделок [10].

Выделив основные (общие) проблемы формирования достоверной информации в ходе объединения и слияния, дальнейшее изучение данного вопроса следует проводить по двум позициям: проблемы, возникающие при формировании заключительной бухгалтерской

(финансовой) отчетности реорганизуемыми организациями, и проблемы, возникающие при формировании вступительной отчетности.

Согласно Методическим указаниям Минфина России по составлению бухгалтерской отчетности при реорганизации [1], заключительная бухгалтерская (финансовая) отчетность составляется на день, предшествующий дате государственной регистрации образованного в ходе реорганизации юридического лица при слиянии (дате записи о прекращении деятельности присоединяемого лица – в случае присоединения). Следует отметить, что в заключительной бухгалтерской (финансовой) отчетности (в отличие от вступительной бухгалтерской отчетности интегрированной компании) статьи приводятся исключительно в той оценке, в которой соответствующие показатели числились в реорганизуемой организации.

В табл. 2 сформулированы основные вопросы, возникающие при составлении заключительной бухгалтерской (финансовой) отчетности [6].

Таблица 2

Проблемные аспекты составления заключительной бухгалтерской (финансовой) отчетности реорганизуемыми организациями

Возникающие вопросы	Решение
Структура	Составляется в объеме форм годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности, принятых ранее организацией, за период с начала отчетного года до даты государственной регистрации объединенной компании (внесения записи с Госреестр о прекращении деятельности реорганизуемой компании)
Информация, подлежащая раскрытию	Прилагается пояснительная записка, где указывают основания для реорганизации, документы о передаче имущества, документы о закрытии или переоформлении счетов, сведения о снятии с учета в налоговой инспекции и т. д.
Отражение изменений в структуре имущества и обязательств	Все изменения в структуре имущества и обязательств реорганизуемой компании раскрываются в пояснительной записке к заключительной отчетности, а также отражаются в передаточном акте
Отражение расходов, возникающих после даты составления передаточного акта и до момента составления заключительной отчетности, связанных с проведением реорганизации	Расходы, связанные с реорганизацией (государственной регистрацией, внесением изменений в учредительные документы, оплатой юридических услуг), признаются реорганизуемой компанией в качестве прочих расходов и отражаются в отчете о финансовых результатах реорганизуемой компании отдельной строкой
Чистая прибыль	Расходуется на цели, определенные советом учредителей. На дату составления закрываются счета учета прибылей и убытков
Бухгалтерский учет операций, связанных с передачей имущества и обязательств новому юридическому лицу	Передача имущества и обязательств по передаточному акту не рассматривается для целей бухгалтерского учета как их продажа или их безвозмездная передача. Бухгалтерскими записями не отражается
Налоговые аспекты	Не подлежит налогообложению

Данные, представленные в табл. 2, сформулированы на базе Методических указаний по составлению бухгалтерской (финансовой) отчетности при объединении или слиянии

организаций [1]. Анализируя представленную информацию, необходимо обратить внимание на несоответствия положения МСФО 3 «Объединения бизнеса»: по правилам российского учета расходы,

возникающие в связи с реорганизацией, отражаются в отчетности реорганизуемой компании. Согласно МСФО 3 «Объединения бизнеса» они должны отражаться в учете покупателя, то есть компании, к которой осуществляется присоединение [5, с. 32].

Рассмотрим некоторые вопросы, появляющиеся на уровне вступительной бухгалтерской отчетности [3]. Она формируется согласно Методическим указаниям Минфина России путем построения объединения (суммирования или вычитания в случае наличия непокрытого убытка прошлых лет) числовых показателей заключительной бухгалтерской отчетности реорганизуемых организаций (с учетом расходов, связанных с реорганизацией и отражаемых отдельной строкой по статье «Прочие расходы») в случае слияния либо путем объединения также групп числовых показателей заключительной отчетности реорганизуемого юридического лица и показателей отчетности присоединяющей компании, составленной на дату внесения записи в Госреестр о прекращении деятельности присоединяемого лица. При этом в случае прекращения обязательства совпадением должника и кредитора в

одном лице во вступительный бухгалтерский баланс не включаются: числовые бухгалтерские показатели, отражающие взаимную дебиторскую и кредиторскую задолженность, включая дивиденды; финансовые вложения одной из сторон-участниц в уставный капитал другой; иные активы и обязательства, характеризующие взаимные расчеты.

Основными проблемными аспектами формирования вступительной отчетности являются: формирование показателей вступительного бухгалтерского баланса (в случае и слияния, и объединения); формирование вступительного отчета о финансовых результатах (в случаях и слияния, и объединения) [7].

Таким образом, в настоящее время МСФО 3 «Объединения бизнеса» – главный документ, положения которого способствуют формированию объективной информации об интегрированной компании. Необходимо пересмотреть Методические указания по формированию отчетности при реорганизации организаций № 44, ориентируя их на международную практику.

Список литературы

1. Российская Федерация. Приказ. Методические указания по формированию отчетности при реорганизации организаций [Электронный ресурс] : федер. закон № 44н : принят Министерством финансов РФ 20.05.2003 г. (в ред. от 25.10.2010 г. № 132н) // Консультант Плюс.
2. Российская Федерация. Приказ. О введении Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности в действие на территории Российской Федерации и о признании утратившими силу некоторых приказов (отдельных положений приказов) Министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс] : принят Минфином России от 28 декабря 2015 г. № 217н // Система Гарант.
3. Башмачникова Е. В. Исследование проблемы взаимосвязи экономического роста и инвестиций для развития региона // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2013. – № 5 (31). – С. 25-29.
4. Башмачникова Е. В. История развития теории и практики инновационной деятельности в сфере услуг / Е. В. Башмачникова, Е. А. Курносова // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2008. – № 10. – С. 17-19.
5. Безрукова Т. Л. Организация документирования при составлении бухгалтерской (финансовой) отчетности / Т. Л. Безрукова, И. И. Шанин, С. В. Старкова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 6-3. – С. 539-542.
6. Егорова Г. В. Зависимость информационного потенциала предприятия от интеллектуального капитала / Г. В. Егорова, А. В. Шляпкин // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2013. – № 3 (29). – С. 138-145.
7. Ерохина Л. И. Особенности учета финансовых инструментов в соответствии с МСФО / Л. И. Ерохина, О. И. Васильчук // Вестник СамГУПС. – 2015. – Т. 2 (28). – С. 32-35.
8. Ильина Ю. В. Как трансформировать данные российского бухгалтерского учета в отчетность, соответствующую требованиям МСФО // Международный бухгалтерский учет. – 2008. – № 10.
9. Курносова Е. А. Инновационный потенциал предприятия: составляющие и методы оценки // Математика, экономика и управление. – 2015. – Т. 1. – С. 105-109.
10. Курносова Е. А. Экономические аспекты реализации инновационного процесса в разрезе региональной сферы услуг // Наука – промышленности и сервису : сб. ст. VII международ. науч.-практ. конф. – Тольятти : Изд-во ПВГУС, 2012. – С. 103-106.
11. Насакина Л. А. Влияние изменений в финансовой отчетности на формирование аналитических показателей // Наука – промышленности и сервису : сб. ст. VI международ. науч.-практ. конф. : в 2 ч. Ч. 1. – Тольятти : Изд-во ПВГУС, 2011. – С. 145-150.

12. Насакина Л. А. Развитие учетно-аналитического обеспечения управления устойчивым развитием хозяйствующих субъектов на основе международного опыта // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы : сб. ст. II международ. науч.-практ. конф. : в 2 ч. Ч. 1. – Тольятти : Изд-во ПВГУС, 2011. – С. 357-359.
13. Никифорова Е. В. Бухгалтерская финансовая отчетность как основной источник информации инвестиционной привлекательности / Е. В. Никифорова, О. В. Шнайдер // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2013. – № 2 (13). – С. 48-50.
14. Парамонова Л. А. Система регулятивов и правоустанавливающих документов функционирования внутреннего контроля экономического субъекта // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2012. – № 5 (25). – С. 113-118.
15. Серебрякова О. А. Исследование инновационного подхода к устойчивому развитию региона // В мире научных открытий. – 2011. – № 3.1. – Т. 15. – С. 380-387.
16. Шанин И. И. Реорганизация как фактор повышения эффективности функционирования предпринимательских структур // Современные проблемы функционирования предпринимательских структур в условиях перехода экономики на инновационный путь развития : материалы международ. науч.-практ. конф. / под ред. Т. Л. Безруковой. – Воронеж, 2013. – С. 420-423.
17. Шляпкин А. В. Зависимость информационного потенциала предприятия от интеллектуального капитала / А. В. Шляпкин, Г. В. Егорова // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2013. – № 3 (29). – С. 138-145.
18. Bezrukova T. L., Morkovkina S. S., Russia B. B., Shanin I. I., Popkova E. G. Methodological approach to the identification of predictive models of socio-economic processes for investment and innovative development of enterprises // World Applied Sciences Journal. 2013. T. 27. № 11. C. 1443-1449.
19. Mihaylyuk O. V., Lobun'ko S. I. Economic interests in insurance relations // SWorldJournal. 2015. T. J21517. № 2. C. 93-98.
20. Sytnik O. E., Kamenetskaya M. O. Consolidated and consolidated financial reporting // SWorldJournal. 2015. T. J21517. № 2. C. 78-82.
21. Parahina V. N., Boris O. A., Bezrukova T. L., Shanin I. I. State support for creation and development of socially-oriented innovative enterprises // Asian Social

E. V. Medvedeva*

*Medvedeva Ekaterina, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_bu@tolgas.ru

ISSUES OF REPORTING FORMATION IN ACCOUNTING PRACTICE DURING THE MERGER AND INCORPORATION

Keywords: reorganization, business mergers, international financial reporting standards, financial statements.

Study of International Financial Reporting Standards and Russian legal and regulatory documents and guidelines, regulating the processes of accounting and reporting in the course of merger and incorporation of economic entities, revealed the important issues, appearing during the preparation of accounting information about the company, formed as a result of business association. Formation of the accounting (financial) statements in case of reorganization is carried out in several stages; this is a long and complicated process. During the study of issues of property evaluation and obligations, we considered the existing approaches to their resolution, stated in the international financial reporting standards. On the basis of guidelines for the preparation of the accounting (financial) statements during the merger of economic entities, the author has formulated problematic aspects of drawing up the final accounting (financial) statements by the reorganized economic actors. The problem arises at the stage of preparing the preliminary accounting (financial) reports, which is stipulated by several factors. First of all, it is the imperfection of the Russian normative and methodological framework, regulating these aspects. Besides, there remain the issues of property evaluation and liabilities of merging companies, which is the main cause of unreliability of reported information, as well as the mechanisms of preparing the opening financial statements.

© Медведева Е. В., 2016

УДК 657

Л. А. Парамонова*

*Парамонова Лариса Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

kaf_bu@tolgas.ru

АКТУАЛИЗАЦИЯ ПРАВИЛ УЧЕТА ЗАДОЛЖЕННОСТИ СОГЛАСНО МСФО

Ключевые слова: дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, сравнение РСБУ и МСФО, классификация активов и обязательств, признание задолженности в учете.

Функционирование экономических субъектов в условиях наличия кризисных тенденций в экономике предопределяет актуальность исследования учета и контроля дебиторской и кредиторской задолженности. Острота проблематики диктуется и отсутствием в российских нормативных бухгалтерских актах и международных стандартах финансовой отчетности обособленного стандарта по учету задолженности. Формирование учетной политики в области дебиторской и кредиторской задолженности требует структурирования и изучения комплекса стандартов, затрагивающих данную область учетного процесса. Регламенты российских стандартов бухгалтерского учета по учету задолженности в основном идентичны требованиям международных стандартов финансовой отчетности, но присутствуют и существенные различия. Анализ требований учетных стандартов позволяет выработать методику учета задолженности, наиболее полно и достоверно раскрывающую информацию о состоянии дебиторской и кредиторской задолженности экономического субъекта. Подходы к определению, классификации, оценке и признанию дебиторской и кредиторской задолженности, регламентированные в международной учетной практике, позволяют достоверно, в полном объеме и качественно раскрыть информацию в бухгалтерской (финансовой) отчетности. Использование российскими экономическими субъектами не только национальных учетных стандартов, но и международных при регулировании учетного процесса задолженности позволит не только повысить качество отчетной информации, но и минимизировать предпринимательские риски, связанные с нарушениями договорной дисциплины и кризисами неплатежей.

Достоверный и своевременный учет дебиторской и кредиторской задолженности служит непременным условием эффективного функционирования современного экономического субъекта. Исследование проблем методики и практики учета задолженности является актуальным как в российской, так и в международной учетной практике. В современных условиях развития учетного процесса в России остро стоит вопрос рассмотрения специфики учета дебиторской и кредиторской задолженности по международным стандартам финансового учета и отчетности (МСФО) и их адаптации с российскими стандартами бухгалтерского учета (РСБУ).

Действующая российская система нормативного регулирования бухгалтерского учета, впрочем, как и МСФО, не содержит отдельного стандарта, регламентирующего учет задолженности. Для понимания проблематики методического обеспечения учетного процесса задолженности хозяйствующих субъектов необходимо изучение комплекса национальных и международных учетных стандартов и выработка собственного профессионального суждения для применения методики в практических целях.

В табл. 1 нами структурированы российские и международные учетные стандарты, регламенты

которых необходимо учитывать при отражении в учете фактов хозяйственной жизни, связанных с возникновением и погашением задолженности организации.

Руководствуясь данными табл. 1, представим сравнительную характеристику требований российских и международных учетных стандартов, акцентируя внимание на различиях в регламентах. Сравнительный анализ требований учетных стандартов позволит определить и выработать методологические основы учета задолженности, наиболее полно и достоверно раскрывающего информацию о состоянии дебиторской и кредиторской задолженности экономического субъекта.

Дефиниции дебиторской и кредиторской задолженности отсутствуют в российских нормативных актах по регламентации бухгалтерского учета. Правилами, закрепленными в ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации», определено признание задолженности в составе как минимум двух объектов учета – активов и обязательств. Информация о дебиторской задолженности раскрывается в составе оборотных активов бухгалтерского баланса, а кредиторской задолженности – в составе краткосрочных обязательств [3].

Таблица 1

Российские стандарты бухгалтерского учета задолженности их соответствие МСФО

РСБУ	МСФО
ПБУ 3/2006 «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте»	МСФО (IAS) 21 «Влияние изменений валютных курсов» (Введено в действие на территории РФ Приказом Минфина России от 28.12.2015 № 2017н)
ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации»	МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» (Введено в действие на территории РФ Приказом Минфина России от 28.12.2015 № 2017н)
ПБУ 8/2010 «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы»	МСФО (IAS) 37 «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы» (Введено в действие на территории РФ Приказом Минфина России от 28.12.2015 № 2017н)
ПБУ 9/99 «Доходы организации»	Нет соответствия. Частично рассматривается: МСФО (IAS) 18 «Выручка» (Введено в действие на территории РФ Приказом Минфина России от 28.12.2015 № 2017н) (МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями» отменит МСФО (IAS) 18 «Выручка» с 01.01.2017 в связи с изданием Приказа Минфина России от 21.01.2015 № 9н). Концептуальные основы финансовой отчетности
ПБУ 10/99 «Расходы организации»	Нет соответствия. Определение расходов регламентируется Концептуальными основами финансовой отчетности. Общие вопросы представления расходов также рассматриваются в МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности». Вопросы учета отдельных видов расходов затрагиваются большинством стандартов, регламентирующих учет отдельных видов активов и обязательств, видов и направлений деятельности, в частности МСФО (IAS) 2 «Запасы», МСФО (IAS) 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки», МСФО (IAS) 11 «Договоры на строительство», МСФО (IAS) 16 «Основные средства», МСФО (IAS) 17 «Аренда», МСФО (IAS) 23 «Затраты по взаимствованию», МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» (Введены в действие на территории РФ Приказом Минфина России от 28.12.2015 № 2017н)
Нет соответствия. Частично рассматривается ПБУ 19/02 «Учет финансовых вложений»	МСФО (IAS) 32 «Финансовые инструменты: представление»; МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» (Введены в действие на территории РФ Приказом Минфина России от 28.12.2015 № 2017н)

В отличие от РСБУ МСФО дают более конкретное определение задолженности в п. 9 МСФО (IAS) 37 «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы» представлено определение торговой кредиторской задолженности, которая представляет собой обязательство оплатить товары или услуги, которые были приняты или поставлены и за которые выставлен счет или которые официально согласованы с поставщиком. В соответствии с п. 9 МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» займы и дебиторская задолженность – это непроизводные финансовые активы с фиксированными или определяемыми платежами, не котированные на активном рынке [1].

Требование раскрытия в отчетности информации о задолженности в разрезе классификационных групп на долгосрочную и краткосрочную обозначено и в отечественных, и в международных учетных стандартах, соответственно в ПБУ 4/99 и

МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» [1]. Однако классификация по МСФО имеет более обширное представление об активах и обязательствах. В отчете о финансовом положении организация должна отдельно представлять оборотные и внеоборотные активы, а также краткосрочные и долгосрочные обязательства, с учетом определенных условий использования и целевого предназначения, а не только сроков обращения. При этом в ПБУ 4/99 представлены детальные рекомендации по подразделению задолженности по видам, а МСФО (IAS) 1 включает сокращенную группировку.

Российские и международные учетные стандарты проявляют идентичность в части признания дебиторской и кредиторской задолженности в учете, определяя в качестве приоритетов вероятность получения (оттока) экономических выгод, связанных с данным активом (обязательством), и надежность

определения стоимостной оценки. Однако в соответствии с п. 14 МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка» финансовый актив или обязательство признается в отчете о финансовом положении только в случае, когда экономический субъект становится стороной по договору, определяющему условия соответствующего инструмента [35].

Отличительной особенностью МСФО (IAS) 21 «Влияние изменений валютных курсов» от ПБУ 3/2006 «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте» является отсутствие строгих регламентов в части применяемой функциональной валюты. Согласно ПБУ 3/2006 бухгалтерская отчетность должна формироваться в валюте РФ [2].

В ПБУ 3/2006 отсутствует определение монетарных статей, вместо этого в РСБУ предусматривается обязательный, но не исчерпывающий перечень статей, к которым применяется установленный порядок переоценки активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте. В МСФО отсутствуют разъяснения учета и оценки активов и расходов, которые оплачены организацией в предварительном порядке либо в счет оплаты которых организация перечислила аванс или задаток.

Анализируя регламенты российских стандартов по учету доходов и расходов по сравнению с требованиями МСФО и Концептуальных основ финансовой отчетности, можно утверждать о строго декларированном порядке классификации доходов и расходов. В российской учетной практике все доходы и расходы должны быть представлены в учете и отчетности с подразделением на доходы и расходы по обычным видам деятельности и прочие исходя из принципа существенности. МСФО предписывает классифицировать расходы исходя их общепринятой практики.

Особое внимание следует обратить на различия в условиях и методах признания доходов и расходов в учете. В МСФО отсутствует регламент соблюдения критерия расходов – наличие договора, требований законодательства или обычаев делового оборота. В российской учетной практике выполне-

ние данного требования зачастую приводит к искажению информации, представленной в бухгалтерской (финансовой) отчетности, так как отсутствие надлежаще оформленных первичных документов не позволяет учесть факты хозяйственной жизни в том отчетном периоде, в котором они фактически имели место.

Кроме этого, много вопросов возникает при формировании учетной политики в части применяемого метода определения доходов и расходов. В российской учетной системе регламентировано применение одного из двух методов: метода начисления или кассового метода. МСФО предписывает производить учет доходов, и соответственно расходов, используя исключительно метод начисления.

Существенным отличием правил РСБУ от МСФО в части учета доходов является применение в международной учетной практике оценки выручки по справедливой стоимости полученного или ожидаемого встречного представления (МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями»), что приводит к завышению выручки при контрактах на условиях бесплатного коммерческого кредита [1].

Следует обратить внимание и на специфику признания выручки по договорам мены по МСФО – выручка может быть признана в учете только при обмене неидентичными товарами. ПБУ 9/99 не регламентирует специфику отражения в учете доходов по договорам мены при различных видах бартерных операций, что приводит к признанию выручки по договорам мены идентичных товаров.

Краткий сравнительный анализ российских и международных учетных стандартов по учету задолженности позволяет утверждать, что применение правил МСФО позволяет получить более полное и достоверное представление о состоянии дебиторской и кредиторской задолженности экономического субъекта. Использование элементов, представленных в МСФО при разработке учетной политики в части оценки и признания задолженности, позволит повысить качество бухгалтерской (финансовой) отчетности российских организаций.

Список литературы

1. Российская Федерация. Приказ. О введении в действие МСФО и разъяснений МСФО на территории РФ : № 217н : принят Министерством финансов РФ 28 декабря 2015 г. // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
2. Российская Федерация. Приказ. Положение по бухгалтерскому учёту «Учёт активов и обязательств, выраженных в иностранной валюте» ПБУ 3/2006 [Электронный ресурс] : утв. Приказом Минфина России от 27.11.2006 № 154н // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
3. Российская Федерация. Приказ. Положение по бухгалтерскому учёту «Бухгалтерская отчётность организаций» ПБУ 4/99 [Электронный ресурс] : утв. Приказом Минфина России от 06.07.1999 № 43 // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

4. Российская Федерация. Приказ. Положение по бухгалтерскому учёту «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы» ПБУ 8/2010 [Электронный ресурс] : утв. Приказом Минфина России от 13.12.2010 № 167н // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
5. Российская Федерация. Приказ. Положение по бухгалтерскому учёту «Доходы организации» ПБУ 9/99 [Электронный ресурс] : утв. Приказом Минфина России от 06.05.1999 № 32н // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
6. Российская Федерация. Приказ. Положение по бухгалтерскому учёту «Расходы организации» ПБУ 10/99 [Электронный ресурс] : утв. Приказом Минфина России от 06.05.1999 № 32н // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
7. Российская Федерация. Приказ. Положение по бухгалтерскому учёту «Учёт финансовых вложений» ПБУ 19/02 [Электронный ресурс] : утв. Приказом Минфина России от 10.12.2002 № 126н // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
8. Акатьева М. Д. Современное уточнение классификации объектов бухгалтерского учета // Международный бухгалтерский учет. – 2016. – № 8. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
9. Дружиловская Т. Ю. Направления реформирования учета обязательств организации в системе российских бухгалтерских стандартов / Т. Ю. Дружиловская, Т. В. Игошина // Международный бухгалтерский учет. – 2014. – № 32. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
10. Рабинович А. М. О принципе начисления в российском бухгалтерском учете // Аудиторские ведомости. – 2015. – № 11. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
11. Сигидов Ю. И. Оценка дебиторской задолженности в российском и международном учете / Ю. И. Сигидов, М. А. Коровина // Международный бухгалтерский учет. – 2012. – № 41. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
12. Ерохина Л. И. Особенности учета финансовых инструментов в соответствии с МСФО / Л. И. Ерохина, О. И. Васильчук // Вестник СамГУПС. – 2015. – № 2 (28). – Т. 2. – С. 32-35.
13. Медведева Е. В. Процедура трансформации отчетности с помощью корректирующих проводок // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. – 2014. – № 3 (35). – С. 105-107.
14. Unaccompanied Standards as of 1 January 2015. – <http://eifrs.ifrs.org/eifrs/bnstandards/en/2015/ias08.pdf>

L. A. Paramonova*

*Paramonova Larisa, PhD in Economics, Associate Professor of
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_bu@tolgas.ru

UPDATE OF DEBT ACCOUNTING RULES ACCORDING TO IFRS

Keywords: accounts receivable, accounts payable, comparison of RAS and IFRS, classification of assets and liabilities, debt recognition in the account.

Functioning of economic entities in conditions of crisis tendencies in the economy determines the relevance of the study of accounting and control over accounts receivable and accounts payable. The importance of these problems is stipulated by the lack of a separate standard for debt accounting in Russian accounting regulations and international financial reporting standards. Formation of accounting policy in the field of accounts receivable and accounts payable requires structuring and study of a set of standards, regulating this area of accounting process. Regulations of Russian accounting standards for accounts receivable are substantially identical to the requirements of international financial reporting standards, but there are also significant differences. Analysis of the requirements of accounting standards helps to develop methodology for debt accounting in order to provide the most complete and reliable information about the state of receivables and payables of the economic entity. Approaches to the definition, classification, assessment and recognition of receivables and payables, regulated according to the international accounting practice, guarantee reliable, full and accurate information on the accounting (financial) statements. The use of international accounting standards (along with the national ones) by Russian economic entities for regulation of debt accounting process will not only improve the quality of accounting information, but also minimize the business risks related to violations of contractual relations and non-payments.

© Парамонова Л. А., 2016

УДК 336.71

Т. В. Сушкова*

**Сушкова Татьяна Васильевна, кандидат экономических наук, доцент*

Филиал Казанского инновационного университета им. В. Г. Тимирязова, г. Набережные Челны

stv_76@bk.ru

КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА ИМИДЖА БАНКОВ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Ключевые слова: имидж, рейтинги банков, сила имиджа.

Процесс создания адекватного имиджа должен основываться на анализе (прогнозе) предполагаемого или уже существующего имиджа, репутации данной организации. Продуманный, надежный имидж организации – сегодня одна из важных составляющих успешного бизнеса. Особенно это актуально для организаций, которые работают в финансовой сфере. Анализ специальной литературы показал, что в основе широко известных методик оценки имиджа лежит преимущественно качественная информация. Для более объективного исследования автором была разработана методика количественной оценки имиджа на примере банков. Была использована как первичная, так и вторичная информация. Вторичная была проанализирована при помощи контент-анализа, первичная собрана в результате проведения экспертного опроса. Научная новизна исследования заключается в том, что впервые предложена методика оценки имиджа банков, основанная на анализе рейтинга банков и их значения в создании имиджа.

Практическая значимость заключается в том, что предложенная методика может использоваться банками для оценки собственного имиджа, принятия управленческих решений в целях выявления основных направлений и разработки мероприятий по укреплению имиджа. Кроме того, методика оценки имиджа может использоваться в учебном процессе в рамках таких дисциплин, как «Маркетинг», «Рекламное дело», «Имиджелогия», «Основы интегрированных коммуникаций» и т. п.

Таким образом, статья является самостоятельной, завершённой работой, которая обладает научной новизной, свидетельствует о личном вкладе автора в развитие теории и практики оценки имиджа банков. Использование предложенной методики будет способствовать достижению устойчивых конкурентных преимуществ.

Широко известные методики оценки имиджа, представленные в специальной литературе (мультиатрибутивная модель отношения, семантическая дифференциальная шкала и т. п.), являются достаточно субъективными, так как в их основе лежит эмоциональная реакция потребителей. Такое отношение формируется под влиянием слухов, общих впечатлений, на основе предыдущего опыта, рекламной деятельности и т. д.

Для более объективного количественного исследования имиджа банков была предложена авторская методика, которая учитывает основные показатели деятельности банков (кредитоспособности).

Исходными данными для оценки силы имиджа являются данные балансов.

Показатели рейтингов банков составили основу авторской методики оценки имиджа. Это:

1. Рейтинг «Крупнейшие банки России» является основой показателя «Рынок» нашей методики.

2. Рейтинг «Капитал» определяет «Стабильность» банка.

3. Показатель методики «Лидеры общественного мнения». Основа данного показателя рейтинг «Топ 500 прибыльных банков».

4. Активный баланс, прибыль.

5. Рейтинг «депозиты физических лиц» в основе показателя «Поддержка банка со стороны инвесторов».

6. «Географическое покрытие» (рейтинг «Топ 100 самых филиальных банков»).

7. Объемы выданных кредитов.

Таким образом, для количественной оценки силы имиджа банков выбраны основные факторы, формирующие рейтинг: «Рынок», «Стабильность банка», «Лидер общественного мнения», «Прибыль», «Поддержка банков со стороны инвесторов», «Географическое покрытие», «Объемы выданных кредитов».

Кроме того, можно проследить, как меняется имидж банков (укрепляется или ухудшается), отследив динамику позиций в основных рейтингах банков по годам.

В качестве исходных данных использовались рейтинги конкурентоспособности банков [4] (табл. 1).

Таблица 1

Динамика основных рейтингов банка А, В и С за 2014–2016 гг.

Банк	2014 год	2015 год	2016 год
<i>Крупнейшие банки России</i>			
А	1	1	1
В	21	20	18
С	137	126	125
<i>Капитал</i>			
А	1	1	1
В	23	17	15
С	200	143	135
<i>Топ 500 прибыльных банков</i>			
А	1	5	3
В	31	33	32
С	141	80	95
<i>Активы</i>			
А	1	1	1
В	19	15	18
С	143	137	125
<i>Банки, привлечение больше всего депозитов физических лиц</i>			
А	1	1	1
В	26	25	24
С	127	118	115
<i>Топ 100 самых филиальных банков</i>			
А	1	1	1
В	8	6	5
С	38	83	84
<i>Банки по объемам выданных кредитов физическим лицам</i>			
А	1	1	1
В	23	25	25
С	74	72	70

*Составлено автором.

С учетом мест в рейтингах исследуемых банков, а также удельного веса критериев в формировании имиджа производится оценка «силы» имиджа исследуемых банков (табл. 2).

Таблица 2

Показатели «силы» имиджа банков

Банк А	Удельный вес	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Рынок	0,1	0,1	0,1	0,1
Стабильность	0,15	0,15	0,15	0,15
Мнение	0,1	0,1	0,5	0,3
Баланс	0,1	0,1	0,1	0,1
Инвесторы	0,25	0,25	0,25	0,25
География	0,2	0,20	0,20	0,20
Кредиты	0,1	0,1	0,1	0,1
Сумма	1	0,9	1,35	1,2
Банк В	Удельный вес	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Рынок	0,1	2,1	2	1,8
Стабильность	0,15	3,45	2,55	2,25
Мнение	0,1	3,1	3,3	3,2
Баланс	0,1	1,9	1,5	1,8
Инвесторы	0,25	6,5	6,25	6
География	0,2	1,6	1,2	1

Продолжение табл. 2

Банк А	Удельный вес	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Кредиты	0,1	2,3	2,5	2,5
Сумма	1	20,95	19,3	18,55
Банк С	Удельный вес	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Рынок	0,1	13,7	12,6	12,5
Стабильность	9,15	30	21,45	20,25
Мнение	0,1	14,1	8	9,5
Баланс	0,1	14,3	13,7	12,5
Инвесторы	0,25	31,75	29,5	28,75
География	0,2	0,76	16,6	16,8
Кредиты	0,1	7,4	7,2	7
Сумма	1	112,01	109,05	107,3

*Составлено автором.

В результате учета показателей имиджа и их удельного веса банки можно разделить на группы в зависимости от их «силы» при помощи формулы определения оптимального числа групп (1 группа – банки, имеющие очень сильный имидж, 8 – банки, имеющие слабые имиджевые позиции):

$$n = 1 + 3,322 \lg N,$$

где N – число единиц совокупности (табл. 3).

Рейтинги составлены на 200 банков: $n = 1 + 3,322 \lg 200 = 8,6$, тогда $n = 8$.

Величина равновеликого интервала: $h = (X_{\max} - X_{\min})/n$,

$$h = (200-1)/9 = 22,33 \text{ (принимаем 25).}$$

Таблица 3

Распределение банков по группам

Группы	Интервал	Наименование банков
1	1-25	А, В
2	25-50	–
3	50-75	–
4	75-100	–
5	100-125	С
6	125-150	–
7	150-175	–
8	175-200	–

*Составлено автором.

Таким образом, предложенная методика позволяет оценить имидж банков с более объективной точки зрения. Положительный, продуманный имидж создает предпосылки для конкурентоспо-

собности организации, и это особенно актуально для организаций, которые работают в финансовой сфере. Это не только повышает стабильность предприятия, но и увеличивает его стоимость.

Список литературы

1. Bonaccorsi A., Lipparini A. Strategic partnerships in new product development: an Italian case study. Journal of Product Innovation Management, 1994, vol. 11, no. 2, pp. 134-145.
2. Keune M. Regions, regional institutions and regional development // SEED Working Paper. 2001. No. 16. 41 p.
3. Patterson M. G. The Dynamics and value of ecosystem services: integrating economic and ecological perspectives // Ecological Economics. 2002. No 41. С. 457-478.
4. Berry L. L. Relationship marketing. In Emerging Perspectives on Services Marketing // Sociation. Chicago. 1983. No. 1. Pp. 25-28.
5. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я=Marketing Insights from A to Z. 80 Concepts Every Manager Needs To Know: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / под ред. М. Суханова ; пер. Т. В. Виноградова, А. А. Чех, Л. Л. Царук. – 7-е изд. – М. : Альпина Паблшер, 2016. – 211 с.
6. Морякова А. В. Реализация управленческого потенциала в области повышения качества услуг: ранжирование приоритетности направлений // Актуальные проблемы экономики и права. – 2015. – № 1 (33). – С. 193-199.
7. Ламбен Ж-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива : пер. с фр. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с.

8. Архипова А. Н. Повышение эффективности сравнительных исследований с помощью использования качественно-количественного метода семантического дифференциала // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1. – С. 79-86.
9. Juran J. M. Quality Planning and Analysis. New York, McGraw-Hill, 1993. 560 p.
10. Gronroos C. A service quality model and its marketing implications // European Journal 18. 991. No. 4. Pp. 36-44.
11. Parasuraman A., Berry L., Zeithaml V. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring Customer perceptions of service quality // Journal of Retailing. 1998. Pp. 12-40.
12. Костеева М. А. Роль корпоративных связей с общественностью в управлении клиентоориентированной организации: социологический анализ : дис. ... к.с.н. : 22.00.08. – М., 2003. – 165 с.
13. Куршакова Н. Маркетинговые исследования регионального рынка банковских услуг // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 2005. – № 6. – С. 19-25.
14. Куршакова Н. Б. Банковский маркетинг. – СПб. : Питер, 2003. – 192 с.
15. Матук Ж. Финансовые системы Франции и других стран : пер. с франц. В 2 т. Т. 1 : в 2 кн. Кн. 1. – М. : АО «Финстатинформ», 1994. – 326 с.
16. Павлова К., Семенычев Е. О методике оценки потенциальных возможностей региональных долей банка // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 163. – С. 118-123.
17. Рычков С. Ю. Методика исследования корпоративного имиджа организации розничной торговли / С. Ю. Рычков, Н. В. Рычкова // Службная лестница. – 2004. – № 4. – С. 38-41.
18. Ряховская Ю. В. Экономико-математические методы в проведении маркетинговых исследований на предприятии сферы услуг: на примере банковских услуг : дис. ... к.э.н. : 08.00.13. – М., 2005. – 133 с.
19. Юсупова Г. Р. Экономическая оценка бренда : дис. ... к.э.н. : 08.00.05. – Уфа, 2009. – 168 с.
20. Якимкин В. Н. Крах инвестиционного банкинга в США / В. Н. Якимкин, А. С. Бузик // Банковское дело. – 2008. – № 11. – С. 56-58.
21. <http://www.raiting.rbc.ru>
22. <http://www.bank.ru>
23. <http://www.banker.ru>

T. V. Sushkova*

*Sushkova Tatyana, PhD in Economics, Associate Professor of
Branch of Kazan Innovation University of V.G. Timiryasov, Naberezhnye Chelny
stv_76@bk.ru

QUANTITATIVE ASSESSMENT OF BANK IMAGE: METHODOLOGICAL ASPECTS

Keywords: image, bank ratings, power of image.

The process of creating adequate company's image must be based on the analysis (forecast) of the suggested or existing image and reputation of this organization. Nowadays elaborated and reliable image of the organization is one of the most important components of successful business. This is especially true for organizations, operating in the financial sector. Analysis of literature shows that the well-known techniques of image assessment are based on mainly qualitative information. For a more objective study the author has developed a quantitative method of image assessment by the example of banks. The research used both primary and secondary information: secondary information was analyzed using content-analysis, and the primary information was collected as a result of expert survey. Scientific novelty of this research lies in the fact that for the first time there was suggested the assessment method of bank image, based on the analysis of bank rating and its importance in the image creation.

Practical significance of this article lies in the fact that the suggested method can be used by banks to assess their own image, and to make management decisions in order to determine the main directions and development activities to enhance the image. In addition, this method of image assessment can be used in the educational process within disciplines such as «Marketing», «Advertising», «Imageology», «Fundamentals of integrated communications» and so on.

Thus, this article is an independent, complete research, characterized by scientific novelty, which demonstrates personal contribution of the author into the development of theory and practice of assessment of bank image. Application of the proposed method will help to achieve a sustainable competitive advantage.

© Сушкова Т. В., 2016

УДК 338

Е. В. Фролов*

**Фролов Евгений Вячеславович, кандидат экономических наук,
зам. директора Института экономики и управления на предприятии
Самарский государственный экономический университет, г. Самара
frolov987@mail.ru*

Л. А. Ионова*

**Ионова Любовь Александровна, магистрант
Самарский государственный экономический университет, г. Самара
kosmoport-2015@mail.ru*

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Ключевые слова: планирование, стратегия, стратегическое планирование, категории стратегии закупок, метод закупок, минимизация затрат.

Авторами рассматриваются теоретические и практические основы стратегического планирования закупочной деятельности на промышленном предприятии. Обоснована необходимость проведения планирования как актуального направления развития предприятий в нестабильных рыночных условиях. Кратко охарактеризована история развития стратегического планирования в России и за рубежом и на основе анализа различных точек зрения на развитие категории «стратегия» определена экономическая сущность данной дефиниции, выделены области ее применения. Более подробно рассмотрен один из видов планирования – стратегический – как один из важнейших факторов повышения конкурентоспособности на уровне государства, региона и предприятия. Раскрыты особенности применения стратегического планирования в области закупок и выделены основные элементы ее формирования. Приведена классификация основных категорий стратегии закупок и даны их ключевые характеристики. Также в рамках исследования проведен сравнительный анализ методов закупки материальных ресурсов, который структурирован и представлен в табличном виде, где определены свойства, положительные и отрицательные стороны таких методов, как «Приобретение материальных ресурсов по долгосрочному договору», «Систематические закупки» и др. На основе базовых моделей представленных методов, таких как «АНМ», сформирована система показателей для оценки эффективности закупочной деятельности. В рамках повышения эффективности стратегического планирования закупочной деятельности авторами также отмечается необходимость применения на промышленных предприятиях таких стратегий и методов, как Just-in-Time, ABC-анализ и др. Своевременное использование представленных технологий стратегического планирования позволит руководству предприятия сформировать эффективную стратегию управления закупками и получить конкурентные преимущества на рынке.

Современное состояние и развитие промышленных предприятий характеризуется наличием высокого уровня неопределенности и нестабильности условий внешней среды. Вследствие этого актуальным является вопрос адаптации предприятия к современным рыночным условиям на основе разработки и реализации научного предвидения, в том числе за счет планирования [6, с. 3].

Планирование – это базис для любой стратегии управления. В России планирование имеет определенную историю развития – эволюцию. Следует отметить, что при разных формах экономических отношений планирование сохраняет свою основополагающую функцию управления и, несмотря на различие в теоретико-методологических, методических и практических подходах к ее реализации за разные периоды своего развития, данная функция менеджмента продолжает эволюционировать в со-

ответствии с меняющейся управленческой практикой [2, с. 26].

В целом планирование на микроуровне направлено на разработку организационных и экономических мероприятий по достижению целей оптимизации дальнейшей деятельности предприятия. В зависимости от горизонта данных целей система планирования в настоящее время состоит из стратегического, тактического и оперативного [11, 14, 16].

Стратегическое планирование также имеет определенную историю. Коротко рассмотрим основные вехи данного процесса. Вначале появилась долгосрочная система планирования, которая широко использовалась в практической деятельности как в России, так и за рубежом. С конца 60-х – начала 70-х годов XX века в связи с возросшей конкуренцией на смену долгосрочному планированию пришло стратегическое, которое заняло основное

место в деятельности передовых зарубежных компаний. В России в то время использовался термин «долгосрочное перспективное планирование». Главное отличие стратегического планирования от долгосрочного – его вариативность, проведение исследования внешней и внутренней среды предприятия, разработка альтернативных версий развития будущего компании [4, с. 34].

В современной научной литературе дано большое количество различных точек зрения на определение слова «стратегия» [7, 17, 18, 20], однако все их объединяет единый подход к рассмотрению стратегии с точки зрения понятной и обоснованной совокупности правил и стандартов, составляющих основу разработки и утверждения стратегических решений, которые влияют на будущую работу предприятия и являются связующим звеном между компанией и макроэкономической средой.

Следовательно, стратегия рассматривается как основное связующее звено между установленными целями и моделью поведения, выбранной для достижения этих целей. В связи с этим стратегия определяется как эффективная деловая концепция достижения реального конкурентного преимущества, способного сохраняться на протяжении длительного времени.

В настоящее время в России активно развивается стратегическое планирование, так оно является важнейшим фактором обеспечения конкурентоспособности российской экономики в современных условиях. Стратегическое планирование в Российской Федерации используется на всех уровнях управления: 1) на уровне государства в виде Концепции развития Российской Федерации до 2020 г. [1]; 2) на уровне регионов реализуется в рамках ряда отраслевых и региональных программ; 3) на уровне предприятий активно используются инструменты стратегического планирования, например SWOT-анализ, построение стратегических матриц (матрица Ансоффа, Бостонская матрица и пр.), экспертные и экономико-математические методы [10, с. 169].

Стратегическое планирование нашло широкое применение в деятельности промышленных предприятий. Одним из направлений его использования является разработка закупочной стратегии. Суть излагаемой проблемы заключается в наиболее результативном достижении стратегических целей предприятия, а именно получение максимума доходов при минимуме рисков, достижение стабильного положения в бизнес-пространстве, рост рыночной доли, высокие конкурентные преимущества в области качества и т. п. [3, с. 17].

При стратегических поставках ключевой вопрос формулируется следующим образом: как служба поставок и цепь поставок могут реально вносить вклад в достижение целей организации и

реализацию ее стратегии? Кроме того, есть еще один важный вопрос: как цели и стратегии организации могут точно отражать вклад и возможности цепи поставок? Стратегия – это интегрированная модель действий, разработанных для достижения определенных долгосрочных целей и задач. Стратегия должна уделять достаточно внимания ключевым факторам, необходимым для достижения успеха, и определить те основные действия, которые должны быть выполнены сейчас, чтобы нужные результаты были получены в будущем. Это процесс определения взаимоотношений между организацией и окружающей ее средой, долгосрочных целей и создание желательных взаимоотношений с помощью эффективного и производительного распределения ресурсов.

Разработка закупочной стратегии имеет целью определение масштаба закупок, в частности предмета закупки, необходимого для обеспечения экономического и целесообразного процесса приобретения материальных ресурсов. В этом заключается рациональный выбор методов и форм закупочной деятельности, которые ориентированы на получение конечных оптимальных результатов. При правильной разработке стратегия связывает компанию с окружающей ее средой, применяя для этого процесс долгосрочного планирования [7, с. 54].

При формировании стратегии необходимой является постановка промежуточных целей и тактических задач организации. В качестве показателя реализации стратегии рассматривается не только исполнение политик, но и достижение поставленных целей, как в качественном, так и в количественном исчислении.

Следует отметить, что политика процесса закупок предприятия находится в процессе постоянного изменения, подстраиваясь под внешнюю конъюнктуру рынка. Изменения внешних факторов влекут за собой определенные корректировки в политике и целях в области закупок, что, в свою очередь, обусловлено изменениями общего видения перспектив развития менеджментом компании во времени.

В связи с этим можно говорить о том, что стратегия предприятия представляет собой относительно краткосрочную категорию, изменяющуюся совместно с внешней средой. Общая стратегия закупок состоит из следующих шести основных категорий:

1. Стратегии гарантии поставок. Они разрабатываются для гарантированного обеспечения будущих потребностей в поставках, где основное внимание уделяется качеству и количеству. Стратегии гарантии поставок должны учитывать изменения, как в предложении, так и в поставках. Большая часть работ, связанных с исследованиями в сфере закупок, направлена на получение необходимой информации.

2. Стратегии снижения затрат. Они разрабатываются для снижения затрат на приобретение нужных материальных ресурсов или всех затрат на эксплуатацию за весь период жизненного цикла продукта. При изменениях в окружающей среде и технологиях могут стать доступными альтернативные варианты, позволяющие снизить общие операционные затраты организации – через замену материалов, источников, методов и характера взаимоотношений покупателей и поставщиков.

3. Стратегии поддержки цепей поставок. Они предназначены для повышения знаний и необходимых характеристик у членов цепей поставок для покупающей организации. Например, для своевременного извещения друг друга об изменениях и о том, что запасы и цели производства соответствуют потребностям, требуются более совершенные системы коммуникаций между покупателями и продавцами. Членам цепи поставок также нужны хорошие взаимоотношения для достижения более высокого качества и более совершенных систем.

4. Стратегии изменения окружающей среды. Они разрабатываются в предвидении изменений в общей окружающей среде (экономической, организационной, кадровой, правовой, регулирующих положений и контроля органов власти, а также

наличия систем), и поэтому покупающая организация может использовать эти составляющие для получения долгосрочного преимущества.

5. Стратегии обеспечения конкурентоспособности. Они нужны для использования рыночных возможностей и сильных сторон организации, чтобы благодаря им она смогла добиться значительного конкурентного преимущества. В государственном секторе термин «конкурентное преимущество» обычно можно интерпретировать как высокие результаты при достижении целей.

6. Стратегии управления рисками. Данные стратегии направлены на эффективное управление следующими рисками: 1) риском нарушения потока товаров или услуг; 2) риском существенного изменения цены приобретаемой продукции; 3) репутационным риском [9].

Таким образом, в процессе стратегического планирования закупок необходимо определить следующие ключевые характеристики: тип покупаемых материальных потоков и необходимый срок поставки; возможности поставщиков, у которых могут быть куплены товары; требуемые площади складских помещений и ценовой показатель.

Согласно выбранной стратегии можно сформировать метод закупок (табл. 1).

Таблица 1

Сравнение методов закупок материальных ресурсов

Название	Свойства	Плюсы	Минусы
Приобретение материальных ресурсов по долгосрочному договору	Частые поставки товара по мере потребности в производстве	Ускорение оборачиваемости капитала, сокращение запасов до минимального <i>уровня</i>	Выполнение жестких требований к качеству товара, периоду и количеству поставки
Организация оптовых закупок товаров	Поставка материальных ресурсов один раз в большом количестве	Оптовые скидки, уверенность в получении всей партии, более простое оформление документов	Необходимость в больших помещениях склада, накопление товарных запасов
Систематические закупки	Приобретение товаров небольшими объемами в определенный срок	Ускорение оборота капитала, освобождение места на складе	Увеличение издержек и большая вероятность получения избыточного количества заказа
Оперативные закупки по ведомостям	Доставка дешевых, часто используемых товаров в заданном количестве	Ускорение оборачиваемости капитала, доставка товара в конкретный промежуток времени, уменьшение затрат на хранение запасов	Непрерывный контроль за уровнем запасов материальных ресурсов
Срочные закупки с немедленной сдачей	Поставка редко используемых товаров разными поставщиками	Доставка материальных ресурсов точно в срок, снижение затрат на хранение	Увеличение затрат, связанных со сложным оформлением контракта при заказе продукции

При выборе оптимальной стратегии и метода закупочной логистики необходимо минимизиро-

вать затраты на закупки материальных ресурсов и содержание складских запасов. Для реализации

данного метода используется базовая модель «АНМ», названная в честь ученых-разработчиков: Arrow, Harris и Marshak. Модель «АНМ» используется для определения необходимого объема поставки материалов и общего количества поставок в течение года. В основе данной модели лежит принцип минимизации общих годовых затрат, складывающихся из постоянных и переменных. Функцию общих затрат можно представить следующим образом:

$$TC(Q) = M / QK + 0,5 QR (r + l) / 100, \quad (1)$$

где P – цена единицы материала, ден. ед.; n – количество поставок в году, партий; M – годовая потребность в материале, физ. ед.; K – постоянные расходы на приобретение партии материалов, ден. ед.; Q – объем партии поставки материалов – это постоянное количество материалов, которое нужно закупать через равные промежутки времени, физ. ед.; l – норма расхода на хранение материала, %; r – альтернативная стоимость хранения материалов на складе, равная ставке банковского процента по депозиту, %.

При помощи расчленения вышеописанной формулы мы получим оптимальный заказ материальных ресурсов:

$$Q_{\text{опт}} = \sqrt{\frac{200MK}{rPl}}. \quad (2)$$

Тогда количество поставок в году составит:

$$n = M / Q_{\text{опт}}. \quad (3)$$

Также достаточно важным фактором, вместе с расходами на покупку и доставку материальных потоков, является фактор времени. Поэтому стратегия закупок в режиме Just-in-Time («точно в срок») является наиболее популярной на современном этапе, требующей более частых поставок материальных ресурсов. Основным условием осуществления стратегии JIT является необходимость сохранять небольшой запас товаров в складских помещениях поставщика, которые находятся поблизости от организации. Данный подход способствует снижению затрат не только закупочной деятельности в частности, но и всех логистических расходов функционирования всей совокупности потоков.

Среди современных методов управления закупками также следует отметить принцип В. Парето

20/80, согласно которому 20% объектов обеспечивает примерно 80% результата, что определяет направленность управленческих ресурсов на наиболее важные объекты. В логистической практике данный принцип получил широкое применение и способствовал разработке модели ABC-анализа. В основе данного метода лежит разделение всего ассортимента закупаемых товаров по степени распространения их общей стоимости на группы А, В и С.

При помощи ABC-анализа определяются стоимость и количество необходимых материалов, обнаруживаются ресурсы увеличения эффективности закупочной логистики, примером может послужить уменьшение объема запасов материальных ресурсов. Следовательно, ABC-анализ может точно спрогнозировать потребность в товарах, также гарантировать контроль и надежность поставок, обеспечить доскональный учет сохранности на складских помещениях предприятия. Данный метод позволяет отказаться от запасов большого количества товаров и совершать закупки по мере возникновения необходимости. Поэтому весьма важной информацией является знание группы, в которую входит тот или иной материал, что способствует оптимизации управления закупочной логистики [5, с. 26].

Таким образом, можно сделать вывод, что стратегическое планирование закупочной деятельности имеет большое значение для предприятий. Учитывая быстротечность и прогрессивность современного мира, предприятию необходимо постоянно совершенствоваться, применяя новые методы управления закупками, развивая стратегии закупок, используя новейшие современные технологии в закупках. Своевременное и эффективное использование выигранных технологий позволяет предприятию получить существенное конкурентное преимущество, а гибкость руководства в вопросе регулярного пересмотра политик в зависимости от факторов внешней среды определяет стратегию управления закупками предприятия. Такой подход может применяться как в стратегическом управлении процессом закупок в рамках общей системы логистики, так и во всех других подсистемах менеджмента предприятия [8].

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» от 17.11.2008 № 1662-р (ред. от 08.08.2009) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/ – Загл. с экрана.
2. Аксенова А. А. Особенности реализации функции планирования на предприятии / А. А. Аксенова, Е. В. Султанова // Эволюция современной науки. – 2016. – С. 11-14.
3. Белоусова Л. С. Компаративный анализ инструментария планирования на предприятии в процессе его эволюционного развития в России / Л. С. Белоусова, Е. А. Мигунова, Т. Н. Бабич // Известия Юго-Западного государственного университета. – 2014. – № 4. – С. 17-27.

4. Вертакова Ю. В. Развитие методов стратегического планирования сбытовой деятельности предприятия / Ю. В. Вертакова, Т. Н. Бабич // Известия Юго-Западного государственного университета. – 2015. – № 4 (17). – С. 33-40.
 5. Вдовина С. Б. Логистика : учеб. пособие для студентов / С. Б. Вдовина, А. Н. Зайцев ; Нижегородский государственный технический университет им. Р. Е. Алексеева. – 2-е изд., исп. – Н. Новгород, 2012. – 163 с.
 6. Моргачев Р. В. Разработка стратегических ориентиров развития организации в условиях неопределенности внешней среды : автореф. дис. ... канд. экон. наук (08.00.05). – М., 2011. – 26 с.
 7. Попов С. А. Стратегическое управление: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 4. – М. : ИНФРА-М, 1999.
 8. Сток Д. Р. Стратегическое управление логистикой / Д. Р. Сток, Д. М. Ламберт. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 640 с.
 9. Стратегия закупок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mv-procurement.com/upravlenie-sluzhboy-zakupok/strategii-zakupok>. – Загл. с экрана.
 10. Чиркова М. Б. Планирование и управление потенциалом предприятий АПК / М. Б. Чиркова, Т. О. Толстых // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. – 2012. – № 1. – С. 169-175.
 11. Aram D. J. and Cowan, S. S. Strategic planning for increased profit in the small businesses, Long Range Planning. – 1990. – № 23 (6). – P. 63-70.
 12. Argenti J. Corporate Planning A Practical Guide. Homewood, Ill. Dow Jones – Irwin, 1969. – 321 p.
 13. Bain J. S. Industrial Organisations, 2nd edn, John Wiley & Sons Inc., New York, 1968. – 295 p.
 14. Berry M. Strategic planning in small high tech companies. Long Range Planning. – 1998. – № 31 (3). – P. 455-466.
 15. Carson D., Cromie S., McGowan P. and Hill, J. Marketing and Entrepreneurship in SMEs: An Innovative Approach, Prentice Hall, London. – 1995. – 274 p.
 16. Chaffee E. E. Three models of strategy, Academy of Management Review. – 1985. – № 10 (I). – P. 89-98.
 17. Daft R. L. Management, 5th edn, The Dryden Press, Fort Worth, TX, 2000. – 610 p.
 18. Mockler R. Strategic Management Cases. Needham Heights: Ginn Press, 1993. – 512 p.
 19. Richardson B. Modern organizations need to operate at all times from a comprehensive strategic management basis // Management Decision. – 1995. – 487 p.
 20. Thompson J. L. Strategic Management, 4th edn, Thomson Learning, London, 2001. – 598 p.
-

E. V. Frolov*

**Frolov Evgeny, PhD in Economics,
Deputy Director of the Institute of Economics and Management at the enterprise,
Samara State Economic University, Samara
frolov987@mail.ru*

L. A. Ionova*

**Ionova Lyubov, undergraduate of
Samara State Economic University, Samara
kosmoport-2015@mail.ru*

STRATEGIC PROCUREMENT PLANNING AT INDUSTRIAL ENTERPRISES

Keywords: planning, strategy, strategic planning, categories of procurement strategy, procurement method, cost minimization.

The authors examine theoretical and practical bases of the strategic planning of procurement activities at an industrial enterprise. They justify the necessity of planning as the important direction of enterprises' development in unstable market conditions. The article briefly describes the history of the development of strategic planning in Russia and abroad. Based on the analysis of different points of view on the development of the category «strategy», the economic essence of this notion has been defined, together with the main areas of its application. One of the types of planning (strategic) has been considered in more detail as one of the most important factors of raising competitiveness at the level of the state, the region and the company. The work describes the features of application of strategic procurement planning and the basic elements of its formation. Classification is given for the main categories of procurement strategy, together with their key characteristics. Besides, as part of the research, the authors carried out the comparative analysis of procurement methods of material resources, which is structured and presented in the form of a table. This

analysis defines the properties, advantages and disadvantages of such methods as «Procurement of material resources based on long-term agreement», «Systematic procurement» and others. On the basis of basic models of the presented methods, such as «AHM», the system of indicators was formed to assess the effectiveness of procurement activities. In order to improve the effectiveness of the strategic planning of procurement at industrial plants, the authors also note the need of using such strategies and methods, as Just-in-Time, ABC-analysis and others. Timely use of suggested strategic planning techniques will help the companies' management to establish the effective procurement strategy and to obtain competitive advantage in the market.

© Фролов Е. В., Ионова Л. А., 2016

Информационные технологии

УДК 004.415.25

Е. Ю. Малышева*

**Малышева Елена Юрьевна, кандидат технических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
em_tgas@mail.ru*

С. М. Бобровский*

**Бобровский Сергей Михайлович, кандидат технических наук, доцент
Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти
bsmmail@mail.ru*

ТЕСТИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УНИВЕРСИТЕТА: КОМПОНЕНТНЫЙ ПОДХОД

Ключевые слова: тестирование, информационная система, университет, компонентный подход, модульное тестирование, UML-диаграммы.

Рассмотрены вопросы компонентного подхода к тестированию информационной системы высшего учебного заведения. Компонентный подход к тестированию рассмотрен на примере информационной системы Поволжского государственного университета сервиса, проект которой был создан на основе компонентного моделирования.

Приводится список основных стандартов, регламентирующих процесс тестирования программных продуктов, и схема классификации видов тестирования по следующим признакам: по объекту тестирования, по знанию системы, по степени автоматизированности, по степени подготовленности, по степени изолированности, по времени проведения, по признаку позитивности сценариев.

Дано краткое описание каждого вида тестирования. Особенное внимание уделяется компонентному (модульному) тестированию.

Приводятся примеры использования UML-диаграмм информационной системы Поволжского государственного университета сервиса для определения объектов тестирования: диаграмма компонентов для подсистемы учебного отдела, диаграмма активности прецедента «Создание базового учебного плана», диаграмма прецедента «Составление учебных планов». Описаны возможности применения UML-диаграмм при создании тестов для информационной системы университета, в частности диаграммы компонентов предлагается использовать для функциональных тестов, диаграммы активности могут быть использованы при тестировании методом Белого ящика, а диаграммы прецедентов (диаграммы использования) могут применяться при системном тестировании. Сделан вывод, что организация тестирования информационной системы университета на базе компонентного подхода позволяет активно использовать при составлении тестов такие артефакты проекта, как диаграммы компонентов, диаграммы активностей и диаграммы прецедентов, что позволит существенно повысить качество процесса тестирования, а также обеспечить необходимое качество компонентов и информационной системы в целом.

К стандартам, регламентирующим требования и тестирование компонентов и комплексов программ, относятся стандарты ISO 9126 (ГОСТ Р ИСО / МЭК 9126-93) «Информационные технологии. Оценка программного продукта. Характеристики качества и руководство по их применению», ISO 12119:1994 (ГОСТ Р – 2000 г) «ИТ. Требования к качеству и Тестирование», ISO 15288:2002 «Системная инженерия. Процессы жизненного цикла систем», ISO

15504 – «ИТ. Аттестация процессов», ISO 14598 «Оценивание программного продукта», IEEE 829-1998 «Состав и содержание документации, сопутствующей процессу тестирования» и ряд других стандартов. Выделяют ряд признаков, по которым принято производить классификацию видов тестирования. На рис. 1 представлены виды тестирования по основным признакам.

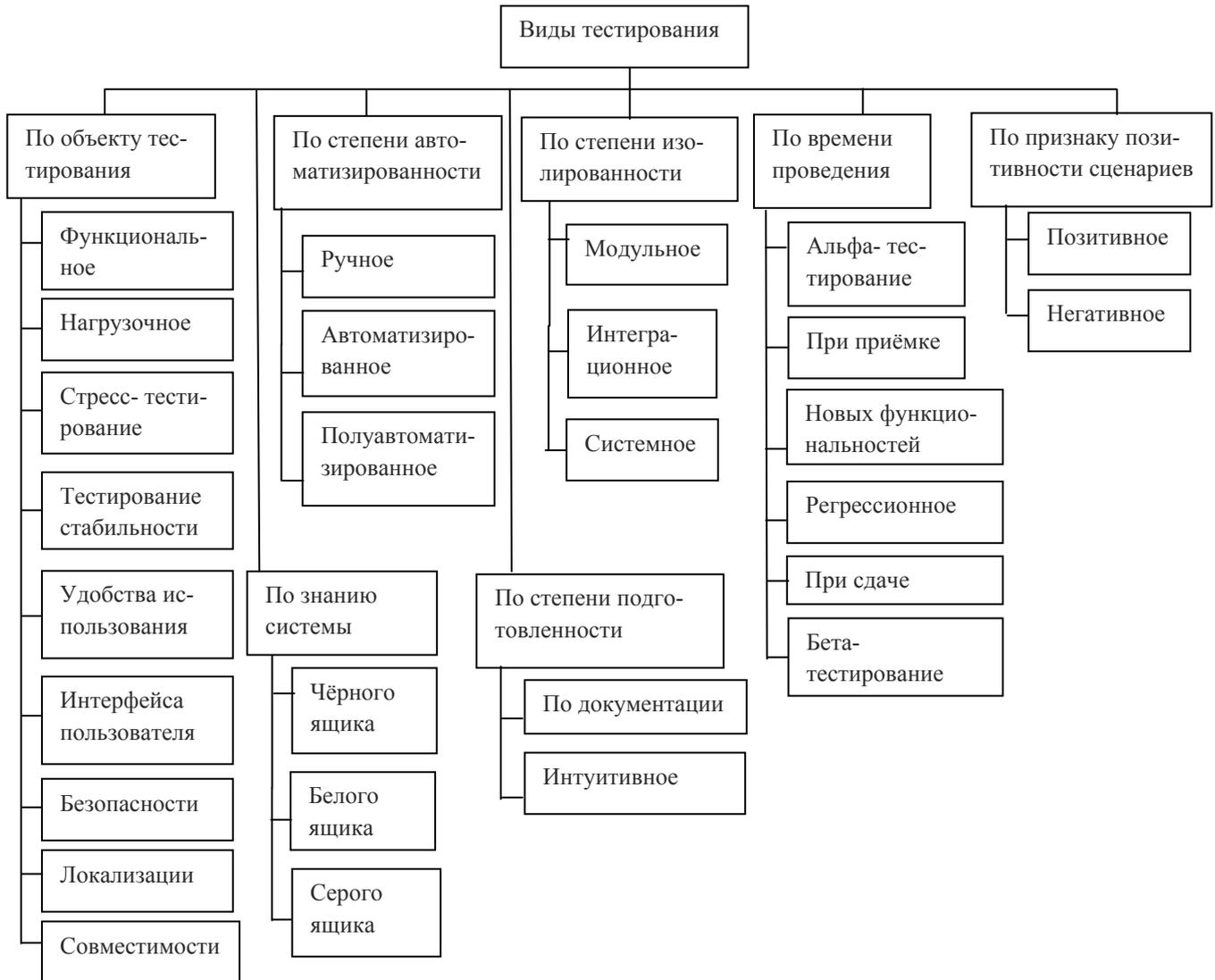


Рис. 1. Виды тестирования

Рассмотрим виды тестирования по объекту тестирования. Проверка функциональности программы осуществляется с помощью *функциональных тестов*. Тесты *нагрузочного тестирования* (load testing) позволяют оценить поведение приложения при заданной нагрузке. *Стресс (stress)-тестирование* – это тестирование в экстремальных условиях (например, одновременное использование большим числом пользователей, нехватка памяти и т. д.). Тесты *стабильности* (stability testing) позволяют убедиться в том, что приложение выдерживает ожидаемую нагрузку в течение длительного времени и при этом не снижается скорость обработки информации. К этой же группе относятся тесты *восстановления* системы после сбоев в аппаратной части или операционной системы, а также при несанкционированном отключении. Тесты на *удобство использования* (usability testing) проверя-

ют степень простоты доступа пользователя к функциям системы. Для проверки работоспособности и соответствия требованиям заказчика интерфейсов системы используют тесты *интерфейса пользователя* (UI testing). Для выявления слабых мест системы разрабатывают тесты *безопасности* (security testing), проверяющие невозможность проникновения в систему или оказания на нее негативного воздействия. Тесты *локализации* (localization testing) проверяют локализованную версию программного продукта, в том числе правильность перевода элементов интерфейса пользователя, системных сообщений, сопроводительной документации. Проверка корректной работы продукта в определенном окружении является целью тестирования *совместимости* (compatibility testing).

Следующая группа тестов – тесты по знанию системы. При тестировании *чёрного ящика* (black

box) программное обеспечение доступно только через внешние интерфейсы. Обычно тестирование чёрного ящика ведётся по документам, в которых описываются требования к системе. При тестировании белого ящика (white-box testing) автор теста использует исходный код. К тестированию этого вида можно отнести юнит-тестирование (unit testing), при котором тестируются отдельные части системы. Тестирование серого ящика (gray box) – это сочетание тестирования белого ящика и черного ящика. Основной задачей этого тестирования является обнаружение дефектов системы из-за неправильной структуры или неправильного использования.

К видам тестирования по степени автоматизированности относятся ручное (manual testing), автоматизированное (automated testing) и полуавтоматизированное (semiautomated testing) тестирование.

Тестирование по степени подготовленности может быть тестированием *по документации* (formal testing), т. е. тестированием по приведенным в документации тест-кейсам либо *интуитивным* тестированием (ad hoc testing) – тестированием при отсутствии тест-кейсов.

Рассмотрим виды тестирования по степени изолированности компонентов. *Модульное* тестирование и *юнит-тестирование* (component/unit testing) применяется для тестирования компонент на минимальном уровне. Могут тестироваться отдельные классы или функция. При юнит-тестировании тесты создаются для каждой нетривиальной функции или метода. *Интеграционные* тесты (integration testing) проверяют интерфейсы между компонентами и подсистемами, в том числе возможности и достоверности передачи данных. Задача *системного* тестирования (system/end-to-end testing) – проверка функциональных и нефункциональных требований в системе в целом. Тесты данного вида позволяют обнаружить непредусмотренные сценарии использования, неверное использование ресурсов, несовместимость с окружением и т. д.

Следующая группа тестов – тесты по времени проведения тестирования. *Альфа-тестирование* (alpha testing) – имитация реальной работы с системой либо реальная работа с системой потенциаль-

ными пользователями. Тестирование *при приёмке* (smoke testing) – минимальный набор тестов, показывающий отсутствие явных ошибок в программе. Для проверки корректности работы новых функций системы проводится тестирование *новых функциональностей* (new feature testing), а *регрессионным* тестированием (regression testing) называются все виды тестирования программного обеспечения, направленные на обнаружение ошибок в уже протестированных участках исходного кода. Тестирование *при сдаче* (acceptance testing) проверяет соответствие системы требованиям, его цель – определение соответствия системы приемочным критериям для сдачи приложения заказчику. Как правило, такие тесты представляют собой набор типичных тестовых случаев и сценариев, разработанных на основании требований к данному приложению. *Бета-тестирование* (beta testing) – интенсивное использование почти готовой версии продукта перед окончательным выходом продукта на рынок.

Тестирования по признаку позитивности сценариев включает в себя: *позитивное* тестирование (positive testing) – использование тестов, которые соответствуют нормальному (штатному) поведению системы, и *негативное* тестирование (negative testing) – тестирование на данных или сценариях, соответствующих нештатному поведению, проверка устойчивости системы.

Дополнительно можно рассматривать понятия статического и динамического тестирования, тестирование проектной документации и некоторые другие виды тестирования, а также уровни тестирования: модульное, интеграционное, системное

Компонентное (модульное) тестирование проверяет функциональность и ищет дефекты в частях приложения, которые доступны и могут быть протестированы по отдельности (модули программ, объекты, классы, функции и т. д.).

Рассмотрим особенности компонентного тестирования информационной системы университета на примере подсистемы учебного отдела. Диаграмма компонентов подсистемы учебного отдела для задач формирования учебных и рабочих планов представлена на рис. 2.

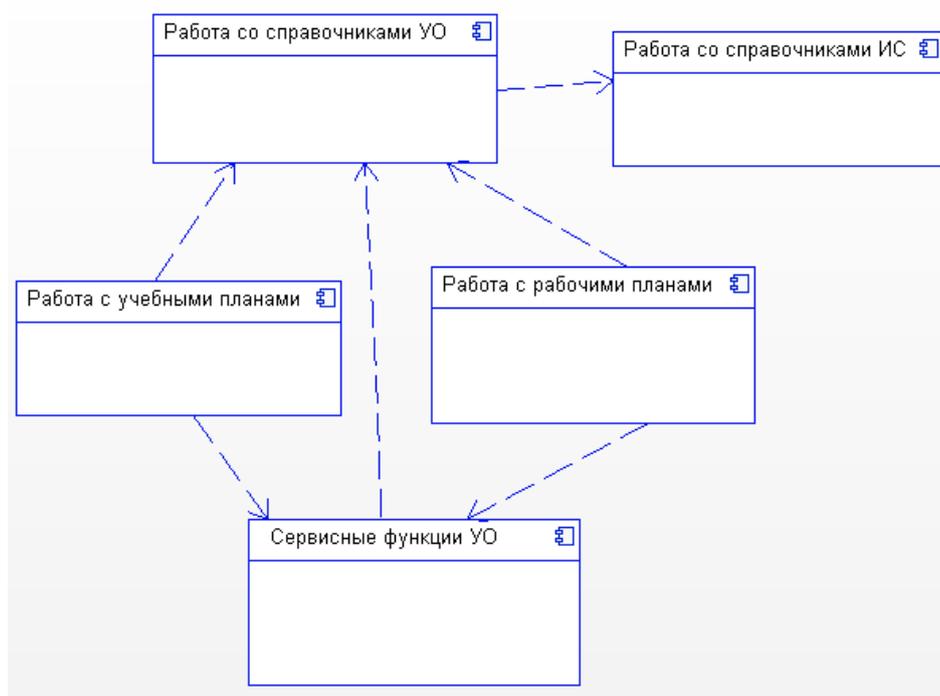


Рис. 2. Фрагмент диаграммы компонентов для подсистемы учебного отдела

Рассмотрим тестирование компонентов «Работа со справочниками учебного отдела» и «Работа с учебными планами». На этапе тестирования отдельных модулей системы будем использовать в основном функциональное тестирование.

Тестирование компонента UchOtdSprg (Работа со справочниками учебного отдела) предлагается проводить по следующим задачам: тестирование функций работы с данными по специальностям; тестирование функций работы с данными по направлениям; тестирование функций работы с данными по дисциплинам; тестирование функций работы с данными по семестрам; тестирование функций работы с данными по потокам; тестирование функций взаимодействия с компонентом UniverSprg (Работа со справочниками ИС); тестирование визуальных компонент доступа к справочным таблицам; отработка ошибочных ситуаций ввода и редактирования данных.

Тестирование компонента UPWork (Работа с учебными планами) предлагается проводить по следующим задачам: тестирование функций работы

с данными по учебным планам; тестирование функций работы с данными по дисциплинам учебного плана; тестирование функций работы с данными по видам занятий дисциплин учебного плана; тестирование функций работы с данными по формам контроля дисциплин учебного плана; тестирование функций расчета суммы часов учебного плана; тестирование функций расчета часов по циклам в неделю; тестирование функций расчета общих часов в неделю; тестирование функций формирования Excel-файла; тестирование визуальных компонент доступа к учебным планам; отработка ошибочных ситуаций ввода и редактирования данных.

При тестировании компонент используются методы тестирования как черного, так и белого ящика, объем тестов определяется с учетом рисков и стоимости тестирования. При тестировании модулей методом белого ящика можно широко использовать такие артефакты проекта, как диаграммы активностей. На рис. 3 отображена диаграмма активностей прецедента создания базового учебного плана и ее блока.

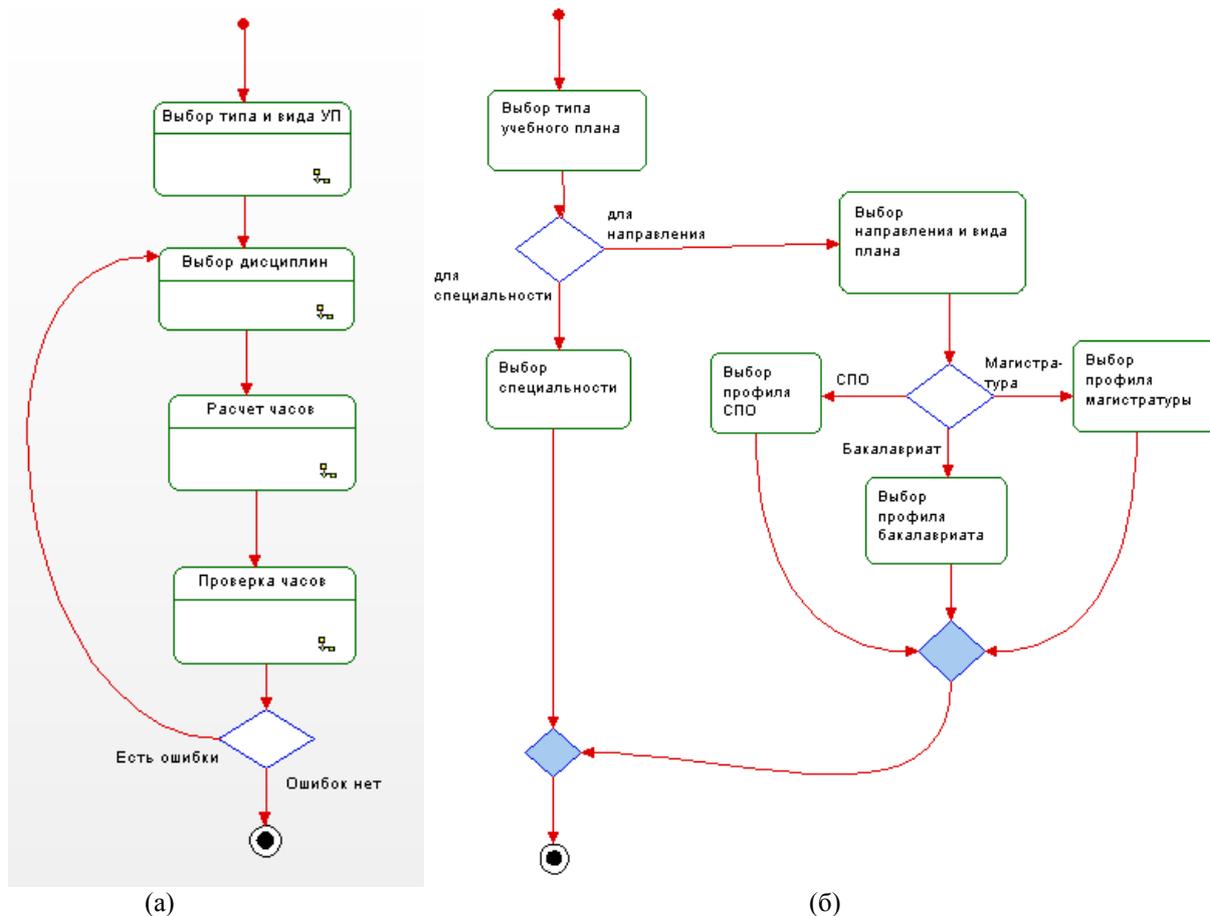


Рис. 3. Диаграмма активности прецедента «Создание базового учебного плана» (а) и ее блока «Выбор типа и вида учебного плана» (б)

Диаграмма активности прецедента «Создание базового учебного плана» состоит из четырех блоков действий (выбор типа и вида учебного плана, выбор дисциплин, расчет и проверка часов) и блока ветвления. Все четыре блока являются составными, т. е. реализованы отдельными функциями. Таким образом, тестирование методом белого ящика предполагает создание тестов, которые учитывают последовательную работу всех четырех процедур и проверку блока ветвления (выполнение теста, при котором часы учебного плана соответствуют требованиям государственного стандарта и теста, при котором это соответствие нарушено).

Диаграмма блока «Выбор типа и вида учебного плана» включает в себя шесть блоков активностей, два узла ветвления и два узла объединения потоков. В этом случае требование выполнения всех маршрутов приводит к созданию тестов, которые должны проверять работоспособность модуля для

всех типов и видов учебных планов с учетом их профилей.

При системном тестировании ИС «Университет» предлагается использовать как подход на базе требований (requirements based), так и подход на базе случаев (прецедентов) использования. Рассмотрим организацию тестирования на базе случаев использования на основе артефактов, полученных ранее при моделировании проектируемой информационной системы. В качестве примера возьмем область составления учебных планов подсистемы учебного отдела. На рис. 4 представлена диаграмма прецедента области составления учебных планов для направления или специальности ПВГУС, из которой следует необходимость написать тест-кейсы для процессов составления базового учебного плана, его согласования, изменения и утверждения.

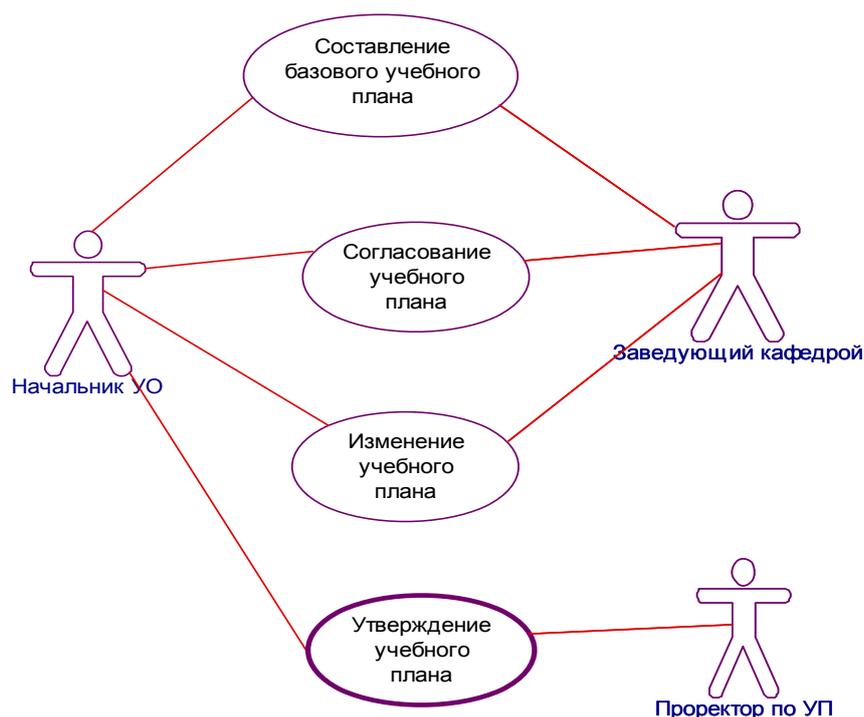


Рис. 4. Диаграмма прецедента «Составление учебных планов»

Приемочное тестирование ИС «Университет» (тестирование при сдаче) выполняется на основании набора типичных тестовых случаев и сценариев, разработанных на базе требований к данному приложению. Фаза приемочного тестирования осуществляется при участии сотрудников подразделений и длится до тех пор, пока не будет вынесено решение об отправлении приложения на доработку или его приема в эксплуатацию.

Можно сделать вывод, что организация тестирования информационной системы университета на базе компонентного подхода позволяет активно использовать при составлении тестов такие артефакты проекта, как диаграммы компонентов, диаграммы активностей и диаграммы прецедентов. Это позволит существенно повысить качество процесса тестирования, а также обеспечить необходимое качество компонентов и информационной системы в целом.

Список литературы

1. Alshayeb M. Empirical investigation of refactoring effect on software quality // Information and Software Technology. 2009. № 51. P. 1319-1326.
2. Balakrishnan G., Reps T. WYSINWYX: What you see is not what you eXecute. Journ. ACM Transactions on Programming Languages and Systems (TOPLAS). 2010, vol. 32, iss. 6, article no. 23.
3. Black R. Critical Testing Processes: Plan, Prepare, Perform, Perfect. Addison-Wesley Professional Publ., 2003, 608 p. (Russ. ed.: Lori Publ., 2006, 566 p.).
4. Jacky J., Veanes M., Campbell C., Schulte W. Model-Based Software Testing and Analysis with C#. – Cambridge University Press, 2008. – 349 p.
5. Bergey J., Hefley W., Lamia W., Smith D. A Reengineering Process Framework, Software Engineering Institute, Carnegie Mellon University, Pittsburgh, 1995. – P. 479-481.
6. Kung D., Gao J., Hsia P. and et al. Developing and object-oriented software testing and maintenance environment // Communications of the ACM. 1995. V. 38. № 10. P. 75-86.
7. Myers G. J. The Art of Software Testing. Second edition. Wiley, 2004. 234 p.
8. Page-Jones M. Fundamentals of Object-Oriented Design in UML. – New York : Addison-Wesley, 2000. – 435 p.
9. Pasareanu S., Willem Visser. A survey of new trends in symbolic execution for software testing and analysis // Int. J. Soft Tools Technol. Transfer. 2009. № 11. P. 339-353.
10. Rumbaugh J. Object Oriented Modeling and Design / J. Rumbaugh, M. Blaha, W. Premerlani, F. Eddy, W. Lorensen. – Prentice Hall, 1991.

11. Wiegers K. E. Software Requirements. Microsoft Press, 1999 (Russ. ed.: Russkaya Redaktsiya Publ., 2004, 576 p.).
 12. Бейзер Б. Тестирование черного ящика. Технология функционального тестирования программного обеспечения и систем : пер. с англ. – СПб. : Питер, 2004.
 13. Блэк Р. Ключевые процессы тестирования : пер. с англ. – М. : Лори, 2006.
 14. Вигерс К. И. Разработка требований к программному обеспечению / К. И. Вигерс, Дж. Битти. – СПб. : БХВ-Петербург, 2014. – 736 с.
 15. Долженко А. И. Управление информационными системами. – Ростов н/Д, 2007. – 191 с.
 16. Калянов Г. Н. Консалтинг. От бизнес-стратегии к корпоративной информационно-управляющей системе. – М. : Лори, 2010. – 210 с.
 17. Коберн А. Быстрая разработка программного обеспечения. – М. : Лори, 2013. – 336 с.
 18. Лаврищева Е. М., Петрухин В. А. Методы и средства инженерии программного обеспечения : учебник. – М. : МФТИ, 2006. – 304 с.
 19. Липаев В. В. Тестирование компонентов и комплексов программ : учебник. – М. : СИНТЕГ, 2010.
 20. Мюллер Р. Дж. Проектирование баз данных и UML. – М. : Лори, 2013. – 432 с.
 21. Пилон Д. Управление разработкой ПО / Д. Пилон, Р. Майлз. – СПб. : Питер, 2014. – 462 с.
 22. Савин Р. Тестирование Дот Ком, или Пособие по жестокому обращению с багами в интернет-стартапах. – М. : Дело, 2007. – 312 с.
 23. Сатунина А. Е. Управление проектом корпоративной информационной системы предприятия : учеб. пособие / А. Е. Сатунина, Л. А. Сысоева. – М. : Финансы и статистика, ИНФРА-М, 2009. – 352 с.
 24. Хорев П. Б. Технологии объектно-ориентированного программирования : учеб. пособие для студ. по направл. «Информатика и вычисл. техника». – М. : Академия, 2008. – 447 с.
-

E. Yu. Malysheva*

**Malysheva Elena, PhD in Technical science, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti*
em_tgas@mail.ru

S. M. Bobrowski*

**Bobrowski Sergei, PhD in Technical science, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti*
bsmmail@mail.ru

TESTING OF UNIVERSITY INFORMATION SYSTEM: COMPONENT APPROACH

Keywords: testing, information system, university, component approach, unit testing, UML-diagrams.

The article studies the problems of the component approach to testing the information system of a higher education institution. Component approach to testing is considered by the example of the information system of the Volga Region State University of Service, the draft of which has been created based on the component modeling.

The work features the list of main standards, describing the process of software testing, and the classification scheme of testing according to the following characteristics: test capacity, system knowledge, degree of automation, level of preparedness, degree of isolation, the timeframe and the positivity of scenarios.

The article features a brief description of each type of test. Particular attention is given to the component (unit) testing.

There are examples of using UML-diagrams of the information system of the Volga Region State University of Service in order to determine the test objects: component diagram for the subsystem of education department, activity diagram of the case «Making of basic curriculum», case diagram «Making of curriculums». The work describes possibilities of application of UML-diagrams when creating tests for the university information system, in particular, component diagrams are suggested for functional tests; activity diagrams can be used in the White box testing; and case diagrams (diagrams of the use) may be applied for system testing. Conclusion was made that the organization of testing of university information system based on the component approach allows active use of such project artifacts as component diagrams, activity diagrams and case diagrams in the test preparation. This is expected to significantly improve the quality of the testing process, and to ensure the necessary quality of components and the information system as a whole.

© Малышева Е. Ю., Бобровский С. М., 2016

УДК 658.6

Н. В. Хрипунов*

**Хрипунов Николай Владимирович, кандидат технических наук, доцент*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

hmv2@ya.ru

Т. А. Раченко*

**Раченко Татьяна Александровна, кандидат экономических наук, доцент*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

rta-ilt@yandex.ru

Т. В. Альшанская*

**Альшанская Татьяна Владимировна, кандидат педагогических наук, доцент*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

alshanskay@mail.ru

РЕЛЯЦИОННАЯ МНОГОУРОВНЕВАЯ МОДЕЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СИСТЕМ В РАЗРАБОТКЕ МЕТОДОВ И АЛГОРИТМОВ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ОЦЕНОК КАЧЕСТВА

Ключевые слова: система менеджмента качества, графическая модель, спираль качества, модель информационного взаимодействия, реляционная модель, организационная система.

Предложена реляционная многоуровневая модель информационного взаимодействия организационных систем, разработанная в развитие графических моделей системы менеджмента качества. Модель разработана на основе существующей модели «спираль качества». По результатам анализа аналога установлено, что модель «спираль качества» не в полной мере удовлетворяет требованиям по гибкости и адекватности отображения реальных процессов. В частности, переход одного из процессов на новый уровень качества в рамках модели «спираль качества» влечет принудительный «шаг улучшения» для других процессов. Разработанная реляционная многоуровневая модель информационного взаимодействия организационных систем обеспечивает независимость продвижения процессов, составляющих жизненный цикл, по пути улучшения. Наряду с материально-техническими последовательными направленными связями между процессами разработанная модель содержит ненаправленные реляционные информационные связи между процессами по схеме «все со всеми». Эти связи определяют информационное взаимодействие в рамках описываемой организационной системы, по результатам которого каждый процесс накапливает информационный потенциал к переходу на новый уровень качества – шаг улучшения. В рамках реляционной многоуровневой модели информационного взаимодействия организационных систем возможно существование процессов жизненного цикла, находящихся на разных уровнях. Этим обеспечится возможность эффективного развития процессов, обладающих значительным инновационным потенциалом и объективной востребованностью интенсивного совершенствования. Вместе с тем предлагаемая модель позволяет обеспечить стабильную работу тех процессов жизненного цикла, изменения в которых объективно не необходимы, – проведение изменений и реорганизаций в рамках разработанной модели обеспечивается только информационным потенциалом, накопленным тем или иным процессом в ходе работы

В основу многих современных методов и алгоритмов прогнозирования оценок качества положена модель «спираль качества» [1-16] (рис. 1), иллюстрирующая процесс совершенствования в рамках жизненного цикла продукции. Модель содержит элементы, соответствующие стадиям жизненного цикла. Информационное содержание модели отражено в стандарте ISO/TS 16949. Развитие, обозначенное на рис. 1 как «шаг улучшения», происходит за счет использования новых материалов, технологий и других инноваций.

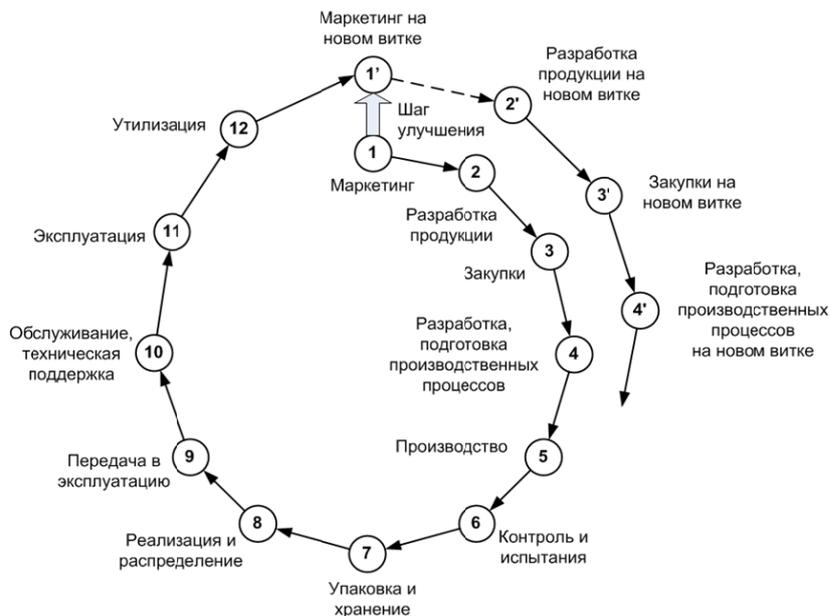


Рис. 1. Спираль качества

При рассмотрении графической модели «спираль качества» создается впечатление, что «шаг улучшения» производится начиная с процесса маркетинга. С практической точки зрения «шаг улучшения» возможен с любого процесса, накопившего достаточный потенциал к проведению кардинальных изменений в организации или технологии. Также из графической модели следует, что выход процесса на новый виток «спирали качества» инициирует соответствующий переход остальных про-

цессов. Подобная схематизация может привести к неоправданным расходам ресурсов. В качестве критерия целесообразности модернизации того или иного процесса с выводом его на новый уровень должна выступать объективная необходимость, а не один лишь факт модернизации предшествующего процесса. Предлагаемая реляционная многоуровневая модель (рис. 2, 3) обеспечивает независимость движения элементов жизненного цикла.

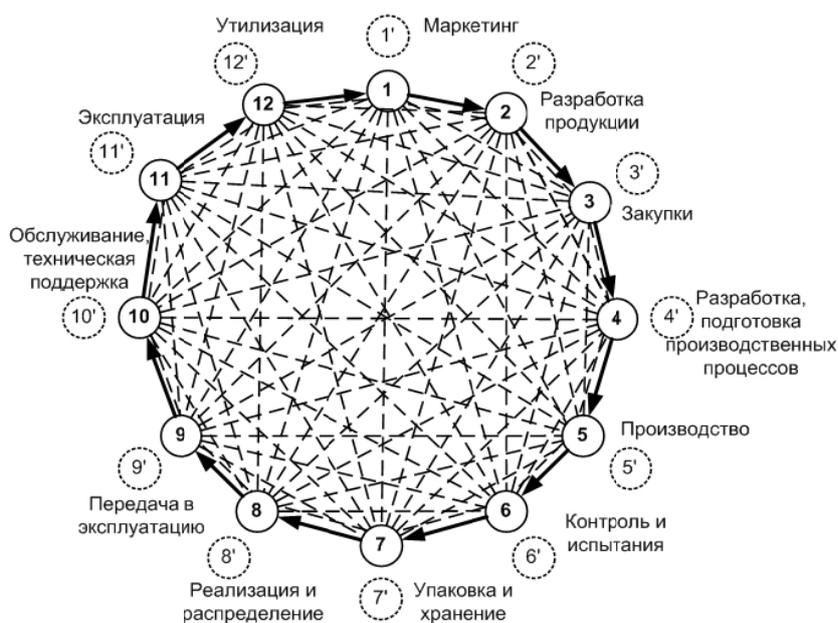


Рис. 2. Реляционная многоуровневая модель информационного взаимодействия организационных систем на начальном этапе

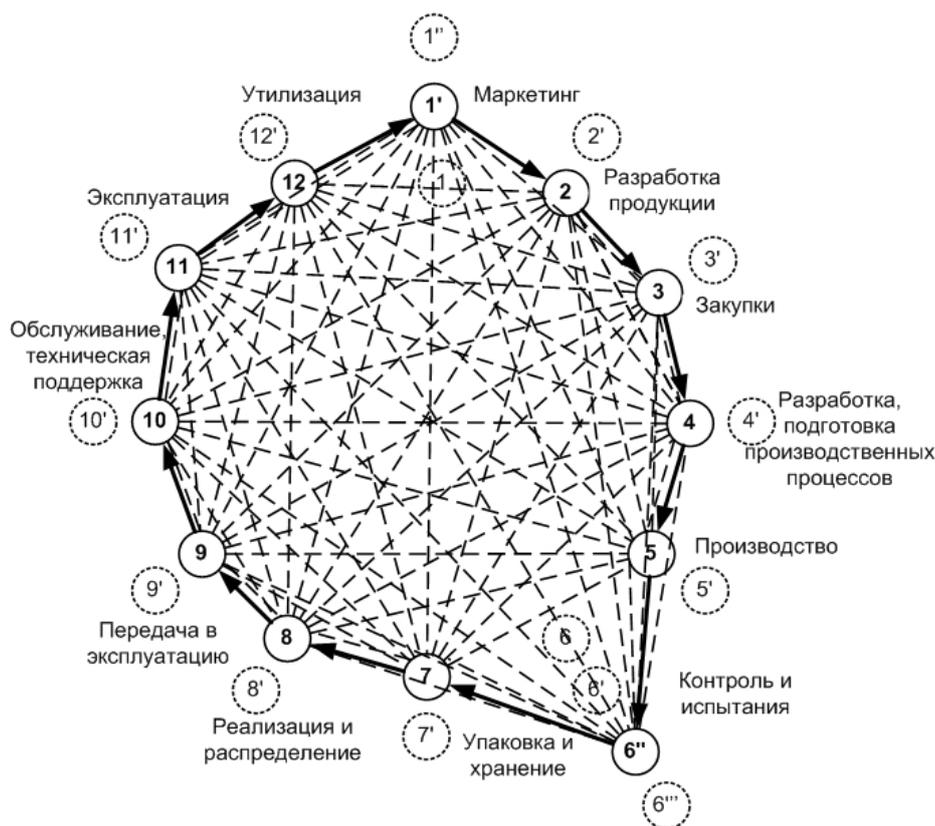


Рис. 3. Реляционная многоуровневая модель информационного взаимодействия организационных систем в процессе эксплуатации системы

Переход одного процесса на более высокий уровень – «шаг качества» – не связан с переводом других процессов на соответствующий уровень. Наряду с последовательными направленными круговыми связями в схеме присутствуют ненаправленные связи процессов по схеме «все со всеми», соответствующие информационному обмену. Например, для передачи информации о необходимости совершенствования процесса закупок, возникшей при эксплуатации.

Исходное состояние системы оценок качества, показанное на рис. 2, представляет набор из 12 процессов жизненного цикла, последовательно связанных направленными материально-техническими связями, и семейство реляционных связей, обозна-

ченных пунктирными линиями. Потенциальные состояния процессов обозначены 1'... 12'.

В ходе функционирования организационной системы происходит обмен информацией и формируется потенциал перевода того или иного элемента системы на новый уровень качества путем проведения соответствующих технических и организационных изменений. Состояние системы после некоторого времени работы показано на рис. 3.

В целом предлагаемая графическая реляционная многоуровневая модель информационного взаимодействия организационных систем обеспечивает адекватное представление реальных процессов совершенствования качества организационных систем.

Список литературы

1. Alshanskaya T. V., Kostileva N. Features of information technology in the management of quality // Innovation Information Technologies: Materials of the International scientific – practical conference. Part 3 / Uvaysov S.U. – М. : HSE, 2014, 596 p.
2. Becher C., Millard S., Soramaki K. The network topology of CHAPS Sterling // Bank of England Working Paper. – 2008. – № 355.
3. Blind G., Pyka A. The rule approach in evolutionary economics: A methodological template for empirical research // Journal of Evolutionary Economics, Volume 24 (5) – Nov 1, 2014 : 1085-1105.
4. Douglas J. Elliott, Robert E. Litan Identifying and Regulating Systemically Important Financial Institutions: The Risks of Under and Over Identification and Regulation // Brookings Policy Brief. – 2011. – January 16.

5. Embree L., Roberts T. Network Analysis and Canada's Large Value Transfer System // Bank of Canada Discussion Paper. – 2009.
 6. Gianni De Nicolò, Marcella Lucchetta Systemic Risks and the Macroeconomy // IMF Working Paper. – February 2010.
 7. Masciandaro D., Quintyn M. The Economic Crisis: Did Financial Supervision Matter? // IMF Working Paper. – 2011. – №WP/11/261.
 8. Meesapawong P., Rezgui Y., Li H. Planning innovation orientation in public research and development organizations: Using a combined Delphi and Analytic Hierarchy Process approach // Technological Forecasting and Social Change, Volume 87 – Sep 1, 2014 : 245-256.
 9. Neuhauser, Karyn L. Survey research in finance // International Journal of Managerial Finance, Volume 3 (1): 6 – Jan 23, 2007 : 5-10.
 10. Panyukov D. I., Kozlovskiy V. N. Highlights of Russian experience in implementing ISO/TS 16949 // Life Science Journal. – 2014. – № 11 (8s). – P. 439-444.
 11. Pervaiz Z., Chaudhary Amatul R. Social Cohesion and Economic Growth: An Empirical Investigation // The Australian Economic Review, Volume 48 (4) – Dec 1, 2015 : 369-381.
 12. Reichmann W. Institutionalizing Scientific Knowledge: The Social and Political Foundation of Empirical Economic Research // Sociology Compass, Volume 5 (7) – Jul 1, 2011 : 564-575.
 13. Ruilong L., Ningjie Y., Chen R. An empirical research on investment, employment and economic growth in Beijing // Institute of Electrical Engineers – Jan 10, 2011 : 157-161.
 14. Starr Martha A. Qualitative and mixed-methods research in economics: surprising growth, promising future // Journal of Economic Surveys, Volume 28 (2) – Apr 1, 2014 : 238-264.
 15. The transmission channels between the financial and real sectors: a critical survey of the literature // Working paper №18. – BCBS. – February 2011.
 16. Whitmarsh L., Swartling A., Jäger J. Participation of experts and non-experts in a sustainability assessment of mobility // Environmental Policy and Governance, Volume 19 (4) – Jul 1, 2009 : 232-250.
 17. Кудряшов А. В. Проблемы и причины формального внедрения FMEA / А. В. Кудряшов, С. В. Исаев, Д. И. Панюков и др. // Методы менеджмента качества. – 2011. – № 11. – С. 16-20.
 18. Панюков Д. И. Проблемы применения метода PFMEA на предприятиях-поставщиках автокомпонентов // Наука – промышленности и сервису : сб. ст. VIII международ. науч.-практ. конф. : в 2 ч. Ч. 2. – Тольятти : Изд-во ПВГУС, 2013. – С. 530-534.
 19. Панюков Д. И., Козловский В. Н. Ключевые аспекты внедрения автомобильного стандарта качества ИСО/ТС 16949 // Автомобильная промышленность. – 2014. – № 9. – С. 1-5.
 20. Панюков Д. И. Проектирование новых производственных процессов / Д. И. Панюков, В. Н. Козловский, Г. Г. Слестина // Стандарты и качество. – 2014. – № 11 (929). – С. 92-95.
-

N. V. Hripunov*

**Hripunov Nikolay, PhD in Technical science, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
hrnv2@ya.ru*

T. A. Rachenko*

**Rachenko Tatyana, PhD in Economics, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
rta-tilt@yandex.ru*

T. V. Alshanskaya*

**Alshanskaya Tatyana, PhD in Pedagogical science, Associate Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti
alshanskay@mail.ru*

**RELATIONAL MULTILEVEL MODEL OF INFORMATIONAL INTERACTION
OF ORGANIZATIONAL SYSTEMS IN THE DEVELOPMENT OF METHODS
AND ALGORITHMS OF FORECASTING OF QUALITY ASSESSMENT**

Keywords: Quality Management System, graphical model, quality spiral, model of information exchange, relational model, organizational system.

The authors suggested relational multilevel model of information exchange between organizational systems, developed based on graphical models of quality management system. The model was designed on the basis of the existing «quality spiral» model. According to the analogy analysis, it was found that the «quality spiral» model does not fully satisfy the requirements of flexibility and adequacy of reflecting the real processes. In particular, transition of one of the processes to the next level of quality within the framework of the «quality spiral» model involves forced «improvement step» for other processes. Designed relational multilevel model of informational interaction between organizational systems ensures the independent promotion of processes, which constitute the life cycle, in the improvement direction. In addition to the logistical successive directional communications between the processes, the developed model contains non-directional relational information links between the processes, based on the scheme «all with all». These relationships determine the information interaction within the described organizational system. Through such interaction each process accumulates information potential for the transition to a new quality level, i.e. the improvement step. Multilevel relational model of information exchange between organizational systems may imply the life cycle processes, existing at different levels. This provides the opportunity for the effective development of processes, having significant innovative potential, and the objective demand for intensive improvement. However, the proposed model provides the stable operation of the life cycle processes, which currently do not need any changes. Making changes and reorganizations within the developed model is provided only by information potential, accumulated by some process in work progress.

© Хрипунов Н. В., Раченко Т. А., Альшанская Т. В., 2016

Технологии управления

УДК 334

Е. М. Алябьева*

**Алябьева Елена Михайловна, кандидат экономических наук, ст. преподаватель*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

kaf_eio@tolgas.ru

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Ключевые слова: управление организацией, стратегический менеджмент, культура организации, элементы корпоративной культуры.

Существующие методы и подходы к управлению позволяют пронизывать и связывать все основные контуры управления. В силу того, что каждый менеджер, предприниматель, бизнесмен регулярно сталкивается с чем-то новым, происходит частая корректировка планов и задач. По мере продвижения к заветной цели и развития ситуации постоянно требуется интеграция дополнительных людей и других ресурсов. Кроме того, в условиях постоянно изменяющейся внешней среды отсутствует отработанный набор регулярных операций, складывающих основу бизнеса. Поэтому системы регулярного менеджмента не могут применяться для эффективного управления подобными процессами. Оптимальным выбором для организации бизнеса является использование таких методов управления, которые многократно доказали свою эффективность в подобных ситуациях.

Попытка создать и применить все современные элементы полноценной классической системы менеджмента на ранних стадиях зарождения и развития организации в условиях отсутствия адекватных ресурсов и функционирующей модели бизнеса также приведет к провалу. На этапе создания организации корпоративная культура формируется стихийно, что отражается, в частности, на том, как ее создатели подбирают персонал. Но когда организация разрастается, харизмы владельцев или руководителей уже недостаточно для того, чтобы объединить коллектив. Они не успевают общаться лично с каждым сотрудником, и нужен фильтр для приема новых людей лояльных компании. В этих условиях для сотрудников нет ясных ориентиров: что они должны делать, за что отвечать, с кем и как взаимодействовать, какова их роль в организации.

Изменение корпоративной культуры можно рассматривать как мощный стратегический инструмент, позволяющий эффективно использовать человеческие ресурсы организации для реализации ее стратегии; повысить уровень управляемости организацией; усилить сплоченность команды; использовать как стратегический мотивирующий фактор, направляющий сотрудников на достижение целей организации.

Стратегический менеджмент является быстро развивающейся областью науки и практики управления, возникшей в ответ на возрастание динамизма внешней среды бизнеса. Теория стратегического планирования и управления была развита западной экономической наукой и в настоящее время успешно применяется многими организациями всех развитых стран.

Управление организацией как научное направление в экономике сформировалось в начале XX века. Школа научного менеджмента, а затем и классическая (административная) школа управления выделяли планирование как одну из основных функций управления организацией. При этом планирование было краткосрочным и носило форму бюджетирования и контроля. Оно было основано на постулате о стабильности внешней деловой среды и ресурсного потенциала организации, что в целом было характерно для экономики промышленно развитых стран первой четверти прошлого века [1].

В силу этого планирование деятельности организации рассматривалось как составление годового бюджета, учитывающего все доходы и расходы от предпринимательской деятельности. Бюджеты при этом составлялись как по каждой из крупных производственно-хозяйственных функций (производство, маркетинг, капитальное строительство и т. д.), так и по отдельным структурным единицам в рамках организации (отделениям, заводам и т. д.). Их главная задача состояла в управлении издержками. При этом возможная реакция организации на изменения определялась в большинстве случаев после совершения событий, т. е. осуществлялось фактически «управление по отклонениям». Аналогичные бюджеты и в современной экономике служат основным инструментом распределения и внутрикорпоративных ресурсов и контроля текущей деятельности.

Исторически долгосрочное планирование на уровне организации в условиях рыночной эконо-

мики сформировалось в теоретическом и практическом плане в 50-е годы XX века. Данный период деятельности американских организаций характеризовался высокими темпами роста товарных рынков и относительно высокой предсказуемостью тенденций развития национальной экономики. Эти факторы обусловили необходимость расширения горизонта планирования и создали условия для развития долгосрочного планирования. На первом этапе оно выступало как собственно долгосрочное планирование. Методология процесса управления базировалась на основе «экстраполяции прошлых тенденций» развития на будущее. При этом в качестве инструмента планирования использовались, как правило, трендовые модели [2].

К началу 60-х годов деловая окружающая среда стала недостаточно стабильной, по мере нарастания кризисных явлений и усиления международной конкуренции планирование на основе экстраполяции на базе трендовых моделей во многих случаях перестало давать реалистичные результаты. При этом наиболее типичным явлением была постановка оптимистических целей, с которыми не сходились реальные итоги. Таким образом, оказалось, что долгосрочное планирование не работает в условиях динамично изменяющейся внешней среды и жесткой конкуренции, потребовался пересмотр концептуальных положений в области долгосрочного планирования предприятия. Поэтому планирование стало целевым, когда ресурсы рассматривались как средство достижения целей, а план представлял собой набор возможных альтернатив в соответствии с прогнозируемыми изменениями деловой окружающей среды. Данное направление получило название «стратегическое планирование» и применялось в той или иной мере всеми преуспевающими фирмами промышленно развитых стран.

Назначение стратегического планирования заключается в определении будущей рыночной ситуации, с тем чтобы организация могла адекватно отреагировать на ее изменения. Новый метод получил название «управление на основе предвидения изменений» [3].

В середине 70-х годов прошлого века после известности мирового экономического кризиса динамизм и неопределенность деловой окружающей среды еще более усилились. Методология стратегического планирования в своей классической форме стала давать сбои. Однако сама необходимость в определении долгосрочных перспектив развития предприятия заставила искать новые подходы в данном направлении. Они получили название «стратегическое управление» или «стратегический менеджмент».

К 1990-м годам большинство корпораций по всему миру начали переход от стратегического планирования к стратегическому менеджменту.

Стратегический менеджмент определяется как комплекс не только стратегических управленческих решений, определяющих долговременное развитие организации, но и конкретных действий, обеспечивающих быстрое реагирование организации на изменение внешней среды, которое может повлечь за собой необходимость стратегического маневра, пересмотр целей и корректировку общего направления развития. Методологический принцип стратегического управления заключается в построении стратегии не от прошлого к настоящему, а от будущего через прошлое к настоящему и определяется как управление на основе гибких экстренных решений, когда многие важные задачи возникают настолько стремительно, что их невозможно вовремя предусмотреть.

Под стратегическим управлением понимается такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал как основу организации, ориентируя производственную деятельность на запросы потребителей, гибко реагируя и своевременно проводя корпоративные и организационные изменения, отвечающие вызову со стороны окружающей среды и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности даст организации выживать в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей [4].

Хорошо сформулированное видение организации должно содержать три основных пункта [5]:

- основополагающие убеждения и принципы, принятые в организации;
- долгосрочные цели организации, которые вытекают из этих убеждений;
- миссия, которая согласуется с целями организации и в то же время стимулирует движение организации к достижению этих целей.

Акцентируя внимание на миссии организации, следует отметить: в случае широкого понимания миссия рассматривается как констатация философии и предназначения, смысла существования организации. В философии организации проявляются ценности, верования и принципы, в соответствии с которыми организация намеревается осуществлять свою деятельность. Предназначение определяет действия, которые организация намеревается осуществлять, и то, какого типа организацией она намеревается быть. Философия организации обычно редко меняется. Что касается второй части миссии, то она может меняться в зависимости от глубины изменений, которые могут проходить в организации и среде ее функционирования.

В случае узкого понимания миссия рассматривается как сформулированное утверждение относительно того, для чего или по какой причине существует организация. То есть миссия понимается как утверждение, раскрывающее смысл существования организации, в котором проявляется отличие дан-

ной организации от ей подобных. Правильно сформулированная миссия, хотя она и имеет всегда общий философский смысл, обязательно несет в себе что-то, что делает ее уникальной в своем роде, характеризующей именно ту организацию, в которой она была выработана [1].

Значение хорошо сформулированной миссии сложно переоценить для управления и корпоративной культуры быстро растущей организации в условиях стратегического управления (рис. 1).



Рис. 1. Множественность аспектов организационной культуры

Составные части корпоративной культуры – ее элементы – могут быть ориентированы как на решение проблем внешней адаптации (что и как должно быть сделано организацией), так и внут-

ренней интеграции (как работники организации решают свои ежедневные, связанные с их работой и жизнью в организации проблемы) (табл. 1).

Таблица 1

Элементы корпоративной культуры с точки зрения внешней и внутренней интеграции

Элемент	Характеристика проблем
Проблемы внешней адаптации	
Миссия и стратегия	Определение миссии организации и ее главных задач; выбор стратегии во исполнение этой миссии
Цели	Установление специфических целей, достижение согласия по целям
Средства	Методы, используемые для достижения целей, достижение согласия по используемым методам; решения по организационной структуре; системам стимулирования и подчиненности
Контроль	Установление критериев измерения достигнутых индивидом и группами результатов; создание информационной системы
Коррекция	Типы действий, требуемые в отношении индивидов и групп, не выполнивших заданий
Проблемы внутренней интеграции	
Общий язык и концептуальные категории	Выбор методов коммуникации; определение значения используемого языка и концепций
Границы групп и критерии вхождения и выхода из групп	Установление критериев членства в организации и ее группах

Продолжение табл. 1

Элемент	Характеристика проблем
Власть и статус	Установление правил по приобретению, поддержанию и потере власти; определение и распределение статусов в организации
Личностные отношения	Установление правил об уровне и характере социальных отношений в организации между полами, возрастами и т. п.; определение допустимого уровня открытости на работе
Награждения и наказания	Определение желательного и нежелательного поведения
Идеология и религия	Определение значения вещей, не поддающихся объяснению и неподвластных контролю со стороны организации; вера как снятие стресса

Организация живет в социальной среде, деятельность ее направлена на удовлетворение потребностей заказчиков и через это своих собственных. Однако невозможно создать эффективную организацию, если она не будет проводить процесс адаптации к внешней среде, приспосабливаться к ее изменениям, разрабатывать наиболее эффективные приемы реагирования. С другой стороны, невоз-

можно говорить об организации, если она не будет создавать своего собственного внутреннего пространства, особой внутриорганизационной атмосферы и решать задачи внутренней интеграции (создания целостности). Именно корпоративная культура фиксирует основные задачи организации по внешней адаптации и внутренней интеграции.

Список литературы

1. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник для вузов по экон. спец. и направл. / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 4-е изд., пер. и доп. – М. : Экономистъ, 2005. – 663 с.
2. Грейнер Л. Е. Эволюция и революция в процессе роста организаций // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия Менеджмент. – 2002. – № 4.
3. Asaul A. N., Asaul M. A., Erofeev P. Y., Erofeev M. P. Organizational Culture: Problems of Formation and Management. – SPb. : Gumanistika, 2006.
4. Виханский О. С. Стратегическое управление : учебник. – 2-е изд., пер. и доп. – М. : Экономистъ, 2005. – 296 с.
5. Шейн Э. Организационная культура и лидерство : учебник для слушателей по программе «Мастер делового администрирования» : пер. с англ. И. Малкова / науч. ред. Т. Ю. Ковалева. – 4-е изд. – СПб. : Питер, 2013. – 352 с.
6. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры : пер. с англ. / под ред. И. В. Андреевой. – СПб. : Питер, 2001.
7. Козлов В. В. Корпоративная культура. – М. : Альфа-Пресс, 2012.
8. Козлов В. Д. Управление организационной культурой. – М. : Изд-во Академии обществ. наук, 1990. – 189 с.
9. Курбыла Т. И. Конфликты и сотрудничество в американской демократии // Вестник МГУ. Серия 3. – 1997. – № 2. – С. 24-29.
10. Леви П. Корпоративная культура и управление изменениями. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2010.
11. Щербина С. В. Организационная культура в западной традиции: природа, логика формирования и функции // Социологические исследования. – 1996. – № 7. – С. 47-55.
12. Culture and Culturology: Dictionary. – М. : Akademicheskii Proekt; Ekaterinburg: Delovaia Knida, 2003. 928 p.
13. Deal T. E., Kennedy A. A. (1982) Corporate cultures: The rights and rituals of corporate life. Reading, MA: Addison-Wesley.
14. Eldridge J., Crombie A. A sociology of organization. – London : Allen&Unwin, 1974.
15. Franic E. Organizational Culture: Some Implications for Managers and Trainers // Journal of European Industry Training. – 1987. – № 7. – P. 29-32.
16. Liubchanskaia T. V. Corporate Subculture as a Way of Consolidation and Self-Identification of Archaeological Society//Bulletin of Chelyabinsk State University. – 2008. – № 23. – Pp. 88-96.
17. Morgan G. Images of Organization. Eight Models of Organization Development. – М. : Vershina, 2006. – 416 p.
18. Sathe V. Culture and related corporate realities. – Richard D. Irvin, Inc. – 1985.
19. Schein E. H. Organizational culture // American psychologist, 1990, Vol. 45 (1). – Pp. 109-119.
20. Schwartz H., Davis S. Matching corporate culture and business strategy // Organizational dynamics. – 1981.

*E. M. Alyabieva**

**Alyabieva Elena, PhD in Economics, Senior Lecturer of
Volga Region State University of Service, Togliatti
kaf_eio@tolgas.ru*

**CORPORATE CULTURE AS A STRATEGIC INSTRUMENT OF MODERN ORGANIZATION
MANAGEMENT**

Keywords: organization management, strategic management, organizational culture, elements of corporate culture.

Existing methods and approaches to management enable us to cover and interconnect all major control levels. Due to the fact that every manager, entrepreneur or businessman regularly meets some new circumstances, there is a frequent adjustment of the plans and objectives. The process of the tasks completion and the situation development always require the integration of additional human and other resources. Besides, in conditions of constantly changing environment, there is no set of regular operations, forming the basis of any business. Therefore, regular management systems cannot be used to effectively control such processes. The optimum choice for business organizations is the use of management methods, which have repeatedly proven to be effective in such situations.

The attempt to create and use all the modern elements of classical full management system in the early stages of the foundation and development of the organization in the absence of adequate resources and a functioning business model will also lead to failure. At the stage of the company's establishment its corporate culture is formed spontaneously, which is reflected, in particular, on how its founders are choosing the staff. But as long as the organization grows, its owners or managers' charisma is no longer enough to unite the team. They do not have time to talk personally with each employee, so they need a filter for accepting new people, who would be loyal to the company. In such conditions the employees do not have clear guidelines on what they should do, what are they responsible for, with whom and how to communicate, or what exactly is their role in the organization.

Changing of corporate culture can be considered as a powerful strategic instrument that helps the organizations to use human resources effectively in order to implement their strategies, to raise the level of organization and control and to promote the team work. Such approach may be used as a strategic factor, motivating the employees to achieve organizational goals.

© Алябьева Е. М., 2016

CONTENT

Economic Policy: Strategy and Tactics**Mozhanova Irina****Kostin Maxim****Udalov Andrey**

15

CROWDFUNDING AS INNOVATIVE FORM OF FINANCING

The article features the study of such innovative forms of financing for commercial and non-profit organizations as crowdfunding. The authors determined the main types and forms of attracting financial resources, including investment crowdfunding and crowdlending, and considered development peculiarities of crowdfunding market by the example of crowdlending platforms. Besides, the research identified the basic problems of functioning of crowdlending model in conditions of Russian economy.

The purpose of this article is to explore a new method of attracting investments in small businesses and non-profit organizations of the Russian Federation. The study used observation method, monographic method, as well as methods of comparison and synthesis. The result of this work is identification of the problems to be solved for the successful development of crowdlending platforms in the Russian economy. The practical significance of this research lies in the fact that it contributes to the development of the crowdfunding model of raising funds for small businesses and start-ups, creative and research projects, commercial and non-profit organizations. The obtained results may be used for the organization and conduct of further scientific and methodological studies of innovative forms of financing.

Public administration**Korchagin Pavel**

20

ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF PUBLIC SERVICES PROVIDED BY CUSTOMS AUTHORITIES

Effectiveness of the activities of state authorities determines not only the quality of public services, provided upon request to various organizations and individuals, but also the services provided to the society as a whole, for the society created the institute of the state as a way of self-organization, and the public authorities as elements of this institute, providing administration services to the society.

Customs authorities play an important role in the activities of the state, being the main instrument of regulation of foreign economic activity (FEA), providing the observance of the rights of participating parties and organizations, as well as forming the profit of the federal budget of the Russian Federation (RF). This allows the state to carry out its goals and objectives.

Particular importance is given to the economic activity of customs authorities, as it ensures collection of customs duties, which, in turn, forms the income of the federal budget. Besides, it supports competition in foreign economic activity, and thus promotes foreign trade. Successful activity of customs bodies is determined by many factors, including their effective management. At the same time, competent and consistent implementation of administrative decisions is impossible without evaluation of the effectiveness of current activities of customs authorities. This helps to determine how well the managers have chosen the work directions, and to assess the achieved results.

Significant size of the state and customs territory of the Russian Federation, the remoteness of certain customs authorities from the central body, as well as regional peculiarities of foreign economic activity determine the need for the existence of all structural elements of the customs service system. Economic activity of customs authorities ensures the implementation of economic goals and objectives of Customs Service of Russia, set by the society, represented by the state.

Enhancement of the theoretical framework and development of instruments for assessing performance of the customs authorities are important for improvement of state control over the external sector of the national economy. It is also necessary for the operation of the state apparatus, as this guarantees effective management and, consequently, improvement of the quality of services, provided to society by the customs authorities. At the same time, the issues of assessing the effectiveness of non-profit organizations and government bodies (in particular, customs) haven't been studied to a full extent.

Kolodina Olga

25

MANAGEMENT OF INTERACTION BETWEEN THE ENTERPRISE – MEMBER OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY AND THE CUSTOMS AUTHORITIES, BASED ON CHOOSING THE BEST MODEL

Active integration of Russia into the international system of global economic relations, as well as joining the World Trade Organization change the institutional conditions for foreign economic activity, and in particular the basis for the organization of the customs clearance of goods. This changes the basic principles of interaction between the subjects of customs legal relations, which, in turn, changes the approaches of the participants of foreign economic activity to the customs clearance of goods. At the same time, the intensive growth of foreign economic activity leads to increased risks of violation of customs legislation, due to the increased amount of information load upon the customs authorities and traders, significantly complicating the decision-making in the realization of customs operations. As a result, there are contradictions between the desired and the existing level of quality of customs clearance. This raises the issue of choosing the optimal model of interaction between the company and the customs authorities. The article presents the analysis of the main models of interaction between customs authorities and participants of foreign economic activity in the process of customs clearance. Conclusions are made about the further development of interaction between organizations in the field of foreign economic activity. The author suggests the system of indicators to assess the effectiveness of attracting customs representatives.

Chuikova Ekaterina

32

CLASSIFICATION OF CUSTOMS SERVICES IN THE MARKET OF PUBLIC SERVICES

International trade in modern conditions is the major driving force of economic prosperity and sustainability of economic systems. Based on this statement, we should note that the customs services are the services, supporting the foreign trade activities of exporters and importers. Customs authorities provide services not only to the subjects of foreign economic activity at a certain stage of foreign trade transactions, but also to the state, performing the regulating function, as well as the functions of economic security, public health and environmental protection.

Features of the international approach to the concepts of «customs service», «customs service sphere» and «sphere of customs services» are determined by a number of reasons, first of all, the level of economic development of countries, different levels of integration into the world economy and the development stage of customs systems. The problem of development of customs services is one of priority issues in the global scientific researches related to the modernization of customs practice. Modern customs function is primarily the service, as the most important issue nowadays is facilitating the international trade.

The relevance of this issue is in the need to optimize the customs services, improve their transparency, as well as to promote the practice of informing and consulting the participants of foreign trade activities and customs infrastructure.

Currently, the effectiveness of customs authorities may influence not only upon contributions to the federal budget, but also on the level of development of foreign economic activity. The development of the customs service largely determines the possibility of success in the market of imported or exported goods. In the absence of modern customs service, especially in cases of prolonged customs clearance or improper storage, goods may wholly or partially lose their consumer value, become uncompetitive and thus be rejected by the buyer.

Chupayda Alexander

37

Varlahova Yulia**Bugaev Alexander**

CURRENT STATE OF SOCIAL AND EMPLOYMENT SPHERE FROM THE POINT OF VIEW OF DECENT WORK DEFICIT

The article considers the notion of «Decent Work», the concept of decent work according to International Labour Organization. It examines the existing definitions of decent work, and offers generalized definition of decent work. The article provides description of each characteristic of decent work from the proposed definition, and considers the main factors, characterizing the content of labor and the differences in the functions and content of work.

The research approaches the problems of decent work deficit, which is expressed in dissonance between the level of workers' skills and content of work.

The authors carried out the analysis of decent work indicators according to the Federal State Statistics Service for 2006–2016, which characterizes the present state of the social and labor sphere. This study deals with four main indicators characterizing the level of decent work: «decent employment», «adequate earnings and productive employment», «decent working time» and «labour safety».

«Decent employment» indicator includes: the proportion of employed persons to the total population (men and women); the proportion of young people who are not studying and not working, aged from 15 to 24 years; the unemployment rate over the past 10 years; the share of the informal sector in total employment.

«Adequate earnings and productive employment» indicator includes: the proportion of employees with low wages; the number of employed people living below the poverty line.

«Decent working time» indicator includes: the proportion of employees with long working hours (more than 48 hours per week).

«Labour safety» indicator includes: the level of industrial injuries with fatal outcome; the level of industrial injuries with non-fatal outcome.

Results of the analysis indicate a high deficit of decent work, existing at the moment. The research proves the necessity of urgent implementation of the basic provisions and principles of decent work as a form of social and labor relations.

Regional development

Valeeva Aigul

MODELING OF FACTORS AFFECTING THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE REGION

45

The article analyzes factors, influencing upon the innovative development of the Republic of Bashkortostan. Currently, the competitive advantage of the subjects of economic and public relations at macro- and micro-levels is formed by innovations and innovative activities. Complex characteristic of the intensity of innovation is the innovative activity. Basic condition for activation of innovative development of the region is the identification of factors, influencing upon the innovative development, as it is influenced by constant and random factors. To identify the essence of the studied phenomena and not to be distracted by random factors, it is suggested to use the model of regression-correlation analysis. Modern market economy significantly complicated social and economic processes and required adequate methods of analysis and research. «Science, striving for clarity, is eventually forced to be expressed in mathematical formula ... for this form guarantees certainty and consistency», – says the American geographer W. Bunge.

Theoretical and methodological basis of this research is composed by scientific works of domestic and foreign researchers on issues of innovative economy and innovative development.

Issues of innovative development of territories and assessment of the level of innovative development made the subjects of numerous analytical publications of international organizations: the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), the European Commission for Innovation and others.

Modeling of economic object is its homomorphic representation as a set of equations, inequalities and logical relations. Under mathematical model we mean the object represented in the form of symbols. Such object replaces the original object in the research process, so that its direct study provides new knowledge about the original object.

Ivanenko Larisa

MODERNIZATION OF INDUSTRIAL COMPLEX BY THE FORMATION OF REGIONAL ECONOMIC CLUSTER

52

The relevance of this research is determined by the presence of active clustering processes in the region and the need for modernization of the regional industrial complex. The article describes the implementation of cluster policy in the region. Industrial and production or economic clusters are presented as a form of industrial organization.

Definition and identification of ways and methods of carrying out the modernization of the industrial complex of Samara region is the purpose of this work. As a result of this research we suggest the de-

velopment and formation of regional economic cluster, which naturally implies modernization of industrial enterprises. Thus, the article recommends industrial modernization based on formation of clusters. This innovative form represents integration model of modernization of industrial complex in the regional economy.

Korotov Mark

57

SYSTEM DESCRIPTION OF BUSINESS ACTIVITY: THEORETICAL ASPECT

In the economic science the process of creating a coherent theory of entrepreneurship is not yet completed. Existing world experience of business development initiated in the economic thought the process of reflection, generalization of this experience, and the development of the economic theory of entrepreneurship.

However, in economics, first of all, there is no generally accepted definition of entrepreneurship as a special kind of economic activity; secondly, there is the actual identification of entrepreneurship as a social class and as a kind of activity; thirdly, there are no clear criteria to distinguish the concept of «entrepreneurship» and other similar concepts (e.g., business, economic activities).

The article deals with the historical aspect of entrepreneurship development in Russia, shows the evolution of terminological and content essence of concepts «entrepreneur» and «entrepreneurship», reflects the modern business functions. Entrepreneurship is presented by the author as a system with the main elements: the subject of entrepreneurship, the object of entrepreneurship and the entrepreneurial activity.

Rakhaev Hadis

62

Kokova Elvira

Sabanchiev Anzor

PROBLEMS AND PROSPECTS OF FORMING AN EFFECTIVE MODEL OF GROWTH AND DEVELOPMENT OF REGIONAL AGRICULTURE

In recent years, academic and political sectors pay more attention to the problem of finding long-term sources for the growth of national economy; a number of solutions are being suggested. Now we distinguish two main directions, represented accordingly by two rival schools: those of Kudrin and Stolypin. Sectors of real economy (in particular, agriculture) remained in the periphery of these studies. In recent years, while many industries and sectors are demonstrating decline or stagnation, agriculture is characterized by sustainable growth. In certain studies agriculture is considered as the driving force of the growth of modern national economy. However, little attention is paid to the fact that the existing model – the model, showing the current growth – has actually exhausted its capacities, and is working, so to say, in «auto-pilot» mode. In other words, it is based on inertia and favorable external environment, created by the sanctions and retaliatory food embargo. The article points out the problems of the current model of growth of the national agriculture and offers directions and mechanisms to build a new perspective model of growth and development. Such model would take into account technological, organizational and institutional internal and external perspectives of agriculture.

Rudenko Alexander

68

Kurmanov Marat

KEY ASPECTS OF RETROSPECTIVE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL COMPLEX OF SAMARA REGION

Industrial enterprises in Russia are on the verge of the sixth technological cycle (according to the wave theory of economic development of N.D. Kondratyev), which stipulates the introduction of intensive innovation policy in all spheres of enterprises' activities, restructuring of enterprises to adapt to the frequently changing market conditions, and introducing conditions for maximum adaptability. Industry of the Samara region, used as an example in the given article, is described as highly differentiated. This feature is due to the historical development of local infrastructure of enterprises, established in the 50s of XX century. In addition, the region is characterized by favorable geographical position, as the main transport corridors pass through it in the directions east – west and north – south. The region definitely holds the second place among the Volga regions in terms of economic growth, and is among the top ten economically developed and stable regions in Russia. Since 2006, the regional government has been systematically implementing a number of programs aimed at innovative

development of industrial enterprises in the region for the period up to 2020, with the involvement of foreign capital. The result of adopting these programs was the development of several industrial clusters in the region. However, some programs have been adjusted due to the imposition of economic sanctions against the Russian Federation. Cluster approach facilitated horizontal and vertical integration of enterprises, and launched the development of a network of specialized outsourcing companies. Today the mechanism of functioning of enterprises in the region is based on the cluster approach, in order to achieve positive dynamics of development and competitiveness in the long term. It should also be borne in mind that economically developing regions, characterized by positive dynamics, ensure the country's competitiveness in general. One of the options for the development of integrated corporate structures in modern conditions is the formation of clusters.

Regional service sphere: Economics, Organization and Management

Appanova Yulia

75

FORMATION OF THE VOLUME OF SERVICE PROVISION IN SERVICE SPHERE

Modeling method now serves as an instrument of learning, which the researcher places between himself and the object; i.e. it is used to explore the object of interest. This feature of modeling method determines the specific forms of using abstractions, analogies, hypotheses and other categories and methods of learning.

The need to use modeling method is determined by the fact that many objects or problems, relating to these objects, cannot be studied directly, or such study would require too much time and funds, which is hardly affordable.

Model for assessing the impact of the state of management functions of resource provision upon the volume of company's services enables us to find a qualitative expression of the relationship between the volume of provided services and the determining factors.

The article defines the principles and requirements for the development of economic and mathematical model for assessing the impact of the state of management functions of resource provision on realization of company's services. The author presents the set of instrument-based actions, corresponding to the process of economic and mathematical modeling with the fundamental rationale for the benefits of its application.

Practical significance of this work lies in the possibility of applying the methodological instruments in forecasting in the management of service companies. The use of economic and mathematical model for assessing the impact of the state of management functions of resource provision on realization of company's services is aimed at increasing economic efficiency of resource management at the enterprises of service sphere on the basis of detailed and adjusted management decisions. Such approach ensures visible and clear relation of management decisions with the effectiveness of service companies.

Bashmachnikova Elena

81

Abramova Lubov

FOUNDATIONS FOR INTEGRATION OF MARKETING AND PROJECT APPROACHES INTO THE COMPLEX METHODOLOGY FOR MANAGING THE DEVELOPMENT OF REGIONAL SERVICE SPHERE

Regional marketing is considered as the modern philosophy of territorial management and development, representing targeted marketing activity, aimed at promoting the attractiveness of human, natural, material, technical, financial, information, innovation and other regional resources. These resources should be involved in the development process and actively used in the forms, amounts and directions desirable for the region and the country as a whole.

Marketing activity provides, on the one hand, identification, promotion and satisfying the demand of target groups of consumers for goods and services sold in the regional markets (produced both on its territory and outside the region). On the other hand, it provides participation in the process of development of market relations within the regions and between them, thus stimulating the growth of competitiveness of the territories.

This article describes the evolution of regional marketing, and identifies the main concepts used in characterizing marketing, the object of which is the territory. The study of the essentials of regional marketing shows that its evolution proceeds in the direction of understanding it as a certain philosophy of territorial management, complication of the functions and principles of its implementation,

aimed at promoting the region to the country and the world markets through creative use of the system of marketing solutions, and professional regional management.

The authors determined that to solve the problem of increasing the competitive potential of the regions by using the instruments, technologies and strategies of regional marketing, it is advisable to use the project approach. Consequently, there was declared and justified the necessity of integration of methods of marketing and project approaches to managing the development of regional service sphere.

Ekimova Maria

87

CONCEPTUAL CONSTRUCT OF THE PHENOMENON OF EDUCATIONAL SERVICES

The article considers the actual and perspective concept of «educational services» in the modern world. The aim of this study is to examine and compare the different views on the term «educational service». To achieve this goal the authors have used both theoretical and empirical methods, including simulation, abstraction, analysis, synthesis and comparison. By now, there is no precise definition of this concept, even though it is necessary, as in conditions of market economy this type of service has become the most popular. The existing literature describes common features of services, but based on these characteristics, it is impossible to give a clear definition, so we need to specify namely the features of educational services. These include, in particular: presence of a particular subject, short duration of the service and connection between the production and consumption. The term «public service» is used to determine the place of the state in the system of educational services. Moreover, we may trace the link between the legal and economic science, which builds the necessary collaboration between sectors, in order to define the new features of educational services. Thus, the state occupies one of the top positions in the system of educational services, and uses administrative methods for a more rational allocation of budgetary resources, delegation of powers to municipal authorities and satisfying public needs of society. Finally, the article gives original definition of the educational services, which may be used in legislation, including the RF Law «On Education».

Meshcheryakova Elena

92

Pasechnaya Vera

DEVELOPMENT INSTRUMENTS OF INVESTMENT POTENTIAL OF SAMARA REGION

Currently, the implementation of effective regional policy, aimed at realization of the strategic objective of restructuring the economy of specific regions on innovative basis and intensifying the implementation of their internal potential, is impossible without the use of new instruments. These include industrial parks, clusters, special economic zones, techno-cities and areas of advanced social and economic development. This set of instruments of Russian regional policy demonstrates its complexity and is aimed at ensuring the effectiveness of economic and social development throughout the country, as well as raising competitiveness of the national economy and specific regions. The main purpose of the regional policy of the Russian Federation is to overcome the territorial differentiation and disintegration of the economic space of the country. This means erasing excessive differences between the regions of the Russian Federation, which may be economically and socially dangerous, and the alignment of the living conditions of their population. Implementation of this objective is connected in some way with the effectiveness of the new instruments of Russian regional policy, aimed at the structural transformation of specific regions and of the national economy as a whole.

Moryakova Anastasia

98

MANAGEMENT SYSTEM OF THE PROCESS OF PROVIDING SERVICES BY SERVICE COMPANIES AND INFORMATION SUPPORT OF MODELING THEIR ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT

The main content of managing the process of providing services by service companies is aimed at structuring the initial information about the problem, which requires taking management decisions. Performed researches should reduce uncertainty in the assessment of the properties of the decisions taken up to a level, where it becomes possible to make a reasonable choice of rational solutions. The main instruments for such studies are adequate models, making it possible to play different scenarios

of a problem situation, in order to predict its development options and evaluate the effectiveness of management decisions in the appropriate circumstances.

The purpose of this work is to identify the ways to improve the organizational development of service companies, based on justifying the necessity and importance of using modeling and design techniques for information support of development and making decisions in the control of service providing process.

Methodological basis of this research is made up by theoretical scientific methods: formalization method, the method of induction and deduction, classification method, analysis and synthesis, abstraction method, empirical generalization method, the method of studying cause and effect relationships, structuring method, as well as systematic approach.

The result of work is determining the significance of the process control over the mechanism of providing services by service companies, carried out within the functioning of hybrid systems. Besides, it's the identification of priority areas of process management modeling for the process of providing services by service companies; and proposed parameters for the assessment of certain areas of information support of the process of control over providing services by service companies. Practical significance of this article lies in the fact, that it contributes to the development of measures to modernize the organizational structure aimed at improving the effectiveness of the management of providing services at the enterprises of service sphere, taking into account the requirements of the scientific basis, expressed in the rules of the organizational development of service companies. The results may be used for further research and methodological works in the field of improving the organizational development of service companies.

Management and Marketing

Gordeeva Olga

MARKETING STRATEGIES AS THE FORMING ELEMENT OF THE COMPANY'S IMAGE

104

The success of the enterprise depends on many factors, including its image. Problems of formation of company's image are reflected not only in practice of Russian companies (more than 78% of organizations in Russia are developing strategies aimed at image formation [1]), but also in the researches of modern scientists. However, it should be noted that nowadays in Russia these problems are under development and have a lot of controversial issues, which determines the urgency of further study. The research problem lies in the lack of scientific publications in the field of critical analysis of existing methods of forming the company's image as an element of marketing strategy. The object of research is the company as an object of image formation, and the subject is methodology of formation of company's image as part of marketing strategy. In conditions of strong competition the companies face the difficult task of how to keep their positions in the market and ensure efficiency. Currently the formation and development of company's image is one of the most important areas of modern marketing. It becomes more and more apparent that these topics and issues must be in the focus of attention of the top management of any organization. However, existing methods of creating and maintaining a positive image and high reputation of the organization involve the use of standard approaches to company reputation management, which causes considerable problems and creates the demand for new methodological approaches in this area.

Enterprises

**Gorobets Roman
Chuvatkin Petr**

RATING ASSESSMENT OF OUTSOURCING COMPANIES

107

Conclusion of the outsourcing agreement involves the development of long-term relations, bases on partnership; so it is especially important to assess and choose the outsourcing company with exceptional care. Such evaluation includes the analysis of potential and capabilities of outsourcing company to provide the customer company with the relevant resources, skills and designs. Another important characteristic of the outsourcing company is the ability to adapt to changing requirements of the customer and to meet any new de-

mands. Before making decision to use the outsourcing technology, it is advisable to carry out the rating assessment in order to objectively consider all possible consequences of this decision, and choose the outsourcing company with the necessary set of competences.

The aim of this work is to offer methodology for rating assessment of outsourcing companies.

Information and theoretical basis of this article is composed by scientific works of domestic and foreign authors, devoted to the research and study of organizational issues of rating assessment and the use of outsourcing. The process of studying these issues implied a combination of methods from the field of economics and business management, quality management, marketing, comparative analysis and systematic approach.

The procedure of assessment and subsequent selection of potential outsourcing companies should be based on a set of indicators and criteria, applied on the basis of the assessment objectives and the customer needs. Detailed rating assessment of outsourcing companies is due to the complexity of selecting the priority criteria, determining the analysis of outsourcing offers.

Applying the methodology of rating assessment of outsourcing companies helps to make an objective choice of the best executive for carrying out the delegated processes, which is a key factor of the successful use of outsourcing and the development of mutually beneficial cooperation.

Medvedeva Ekaterina

112

ISSUES OF REPORTING FORMATION IN ACCOUNTING PRACTICE DURING THE MERGER AND INCORPORATION

Study of International Financial Reporting Standards and Russian legal and regulatory documents and guidelines, regulating the processes of accounting and reporting in the course of merger and incorporation of economic entities, revealed the important issues, appearing during the preparation of accounting information about the company, formed as a result of business association. Formation of the accounting (financial) statements in case of reorganization is carried out in several stages; this is a long and complicated process. During the study of issues of property evaluation and obligations, we considered the existing approaches to their resolution, stated in the international financial reporting standards. On the basis of guidelines for the preparation of the accounting (financial) statements during the merger of economic entities, the author has formulated problematic aspects of drawing up the final accounting (financial) statements by the reorganized economic actors. The problem arises at the stage of preparing the preliminary accounting (financial) reports, which is stipulated by several factors. First of all, it is the imperfection of the Russian normative and methodological framework, regulating these aspects. Besides, there remain the issues of property evaluation and liabilities of merging companies, which is the main cause of unreliability of reported information, as well as the mechanisms of preparing the opening financial statements.

Paramonova Larisa

116

UPDATE OF DEBT ACCOUNTING RULES ACCORDING TO IFRS

Functioning of economic entities in conditions of crisis tendencies in the economy determines the relevance of the study of accounting and control over accounts receivable and accounts payable. The importance of these problems is stipulated by the lack of a separate standard for debt accounting in Russian accounting regulations and international financial reporting standards. Formation of accounting policy in the field of accounts receivable and accounts payable requires structuring and study of a set of standards, regulating this area of accounting process. Regulations of Russian accounting standards for accounts receivable are substantially identical to the requirements of international financial reporting standards, but there are also significant differences. Analysis of the requirements of accounting standards helps to develop methodology for debt accounting in order to provide the most complete and reliable information about the state of receivables and payables of the economic entity. Approaches to the definition, classification, assessment and recognition of receivables and payables, regulated according to the international accounting practice, guarantee reliable, full and accurate information on the accounting (financial) statements. The use of international accounting standards (along with the national ones) by Russian economic entities for regulation of debt accounting process will not only improve the quality of accounting information, but also minimize the business risks related to violations of contractual relations and non-payments.

Sushkova Tatyana

120

QUANTITATIVE ASSESSMENT OF BANK IMAGE: METHODOLOGICAL ASPECTS

The process of creating adequate company's image must be based on the analysis (forecast) of the suggested or existing image and reputation of this organization. Nowadays elaborated and reliable image of the organization is one of the most important components of successful business. This is especially true for organizations, operating in the financial sector. Analysis of literature shows that the well-known techniques of image assessment are based on mainly qualitative information. For a more objective study the author has developed a quantitative method of image assessment by the example of banks. The research used both primary and secondary information: secondary information was analyzed using content-analysis, and the primary information was collected as a result of expert survey. Scientific novelty of this research lies in the fact that for the first time there was suggested the assessment method of bank image, based on the analysis of bank rating and its importance in the image creation.

Practical significance of this article lies in the fact that the suggested method can be used by banks to assess their own image, and to make management decisions in order to determine the main directions and development activities to enhance the image. In addition, this method of image assessment can be used in the educational process within disciplines such as «Marketing», «Advertising», «Imageology», «Fundamentals of integrated communications» and so on.

Thus, this article is an independent, complete research, characterized by scientific novelty, which demonstrates personal contribution of the author into the development of theory and practice of assessment of bank image. Application of the proposed method will help to achieve a sustainable competitive advantage.

Frolov Evgeny

124

Ionova Lyubov

STRATEGIC PROCUREMENT PLANNING AT INDUSTRIAL ENTERPRISES

The authors examine theoretical and practical bases of the strategic planning of procurement activities at an industrial enterprise. They justify the necessity of planning as the important direction of enterprises' development in unstable market conditions. The article briefly describes the history of the development of strategic planning in Russia and abroad. Based on the analysis of different points of view on the development of the category «strategy», the economic essence of this notion has been defined, together with the main areas of its application. One of the types of planning (strategic) has been considered in more detail as one of the most important factors of raising competitiveness at the level of the state, the region and the company. The work describes the features of application of strategic procurement planning and the basic elements of its formation. Classification is given for the main categories of procurement strategy, together with their key characteristics. Besides, as part of the research, the authors carried out the comparative analysis of procurement methods of material resources, which is structured and presented in the form of a table. This analysis defines the properties, advantages and disadvantages of such methods as «Procurement of material resources based on long-term agreement», «Systematic procurement» and others. On the basis of basic models of the presented methods, such as «AHM», the system of indicators was formed to assess the effectiveness of procurement activities. In order to improve the effectiveness of the strategic planning of procurement at industrial plants, the authors also note the need of using such strategies and methods, as Just-in-Time, ABC-analysis and others. Timely use of suggested strategic planning techniques will help the companies' management to establish the effective procurement strategy and to obtain competitive advantage in the market.

Information Technology

Malysheva Elena

130

Bobrowski Sergei

TESTING OF UNIVERSITY INFORMATION SYSTEM: COMPONENT APPROACH

The article studies the problems of the component approach to testing the information system of a higher education institution. Component approach to testing is considered by the example of the information system of the Volga Region State University of Service, the draft of which has been created

based on the component modeling.

The work features the list of main standards, describing the process of software testing, and the classification scheme of testing according to the following characteristics: test capacity, system knowledge, degree of automation, level of preparedness, degree of isolation, the timeframe and the positivity of scenarios.

The article features a brief description of each type of test. Particular attention is given to the component (unit) testing.

There are examples of using UML-diagrams of the information system of the Volga Region State University of Service in order to determine the test objects: component diagram for the subsystem of education department, activity diagram of the case «Making of basic curriculum», case diagram «Making of curriculums». The work describes possibilities of application of UML-diagrams when creating tests for the university information system, in particular, component diagrams are suggested for functional tests; activity diagrams can be used in the White box testing; and case diagrams (diagrams of the use) may be applied for system testing. Conclusion was made that the organization of testing of university information system based on the component approach allows active use of such project artifacts as component diagrams, activity diagrams and case diagrams in the test preparation. This is expected to significantly improve the quality of the testing process, and to ensure the necessary quality of components and the information system as a whole.

Hripunov Nikolay

Rachenko Tatyana

Alshanskaya Tatyana

137

RELATIONAL MULTILEVEL MODEL OF INFORMATIONAL INTERACTION OF ORGANIZATIONAL SYSTEMS IN THE DEVELOPMENT OF METHODS AND ALGORITHMS OF FORECASTING OF QUALITY ASSESSMENT

The authors suggested relational multilevel model of information exchange between organizational systems, developed based on graphical models of quality management system. The model was designed on the basis of the existing «quality spiral» model. According to the analogy analysis, it was found that the «quality spiral» model does not fully satisfy the requirements of flexibility and adequacy of reflecting the real processes. In particular, transition of one of the processes to the next level of quality within the framework of the «quality spiral» model involves forced «improvement step» for other processes. Designed relational multilevel model of informational interaction between organizational systems ensures the independent promotion of processes, which constitute the life cycle, in the improvement direction. In addition to the logistical successive directional communications between the processes, the developed model contains non-directional relational information links between the processes, based on the scheme «all with all». These relationships determine the information interaction within the described organizational system. Through such interaction each process accumulates information potential for the transition to a new quality level, i.e. the improvement step. Multilevel relational model of information exchange between organizational systems may imply the life cycle processes, existing at different levels. This provides the opportunity for the effective development of processes, having significant innovative potential, and the objective demand for intensive improvement. However, the proposed model provides the stable operation of the life cycle processes, which currently do not need any changes. Making changes and reorganizations within the developed model is provided only by information potential, accumulated by some process in work progress.

Management Technologies

Alyabieva Elena

CORPORATE CULTURE AS A STRATEGIC INSTRUMENT OF MODERN ORGANIZATION MANAGEMENT

Existing methods and approaches to management enable us to cover and interconnect all major control levels. Due to the fact that every manager, entrepreneur or businessman regularly meets some new circumstances, there is a frequent adjustment of the plans and objectives. The process of the tasks completion and the situation development always require the integration of additional human and other resources. Besides, in conditions of constantly changing environment, there is no set of regular op-

142

erations, forming the basis of any business. Therefore, regular management systems cannot be used to effectively control such processes. The optimum choice for business organizations is the use of management methods, which have repeatedly proven to be effective in such situations.

The attempt to create and use all the modern elements of classical full management system in the early stages of the foundation and development of the organization in the absence of adequate resources and a functioning business model will also lead to failure. At the stage of the company's establishment its corporate culture is formed spontaneously, which is reflected, in particular, on how its founders are choosing the staff. But as long as the organization grows, its owners or managers' charisma is no longer enough to unite the team. They do not have time to talk personally with each employee, so they need a filter for accepting new people, who would be loyal to the company. In such conditions the employees do not have clear guidelines on what they should do, what are they responsible for, with whom and how to communicate, or what exactly is their role in the organization.

Changing of corporate culture can be considered as a powerful strategic instrument that helps the organizations to use human resources effectively in order to implement their strategies, to raise the level of organization and control and to promote the team work. Such approach may be used as a strategic factor, motivating the employees to achieve organizational goals.