



ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Сборник материалов международного научного e-симпозиума
Россия, г. Москва, 29-31 января 2014 г.

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Сборник материалов международного научного е-симпозиума

Россия, г. Москва, 29-31 января 2014 г.

BUSINESS ENTERPRISE: THEORY AND PRACTICE

Proceedings of international scientific e-symposium

Moscow, Russia, 29-31 January 2014

УДК 334.01
ББК 65.29
Э40

Научный редактор: Гапонова Светлана Николаевна, доктор экономических наук, профессор кафедры теории экономики, товароведения и торговли Воронежского государственного университета инженерных технологий

Э40 Экономика предпринимательства: теория и практика. Сборник материалов международного научного е-симпозиума. Россия, г. Москва, 29-31 января 2014 г. [Электронный ресурс] / под ред. проф. С.Н. Гапоновой. – Электрон. текст. дан. (1 файл 4 Мб). – Киров: МЦНИП, 2014. – 301 с. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – ISBN 978-5-906223-93-7. – Загл. с этикетки диска.

Сборник включает в себя материалы международного научного е-симпозиума «Экономика предпринимательства: теория и практика», состоявшегося в г. Москве, 29-31 января 2014 г. Главная цель конференции – развитие содружества ученых и практиков в области экономики предпринимательства. В работе конференции приняли участие ученые и практики из России, Украины, Казахстана, Азербайджана. Международный научный е-симпозиум проведен при поддержке Издательского дома Международного центра научно-исследовательских проектов.

ISBN 978-5-906223-93-7

Статьи публикуются в авторской редакции. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов

Перепечатка материалов сборника осуществляется по разрешению редакционной коллегии

© МЦНИП, 2014

Содержание

Раздел 1. Закономерности и тенденции развития системы ведения хозяйства на инициативной, рискованной основе	11
Гасанов А.Н. Анализ состояния предпринимательской деятельности в сфере гостиничного хозяйства в Азербайджане.....	12
Городулина В.В. Роль кластеров в повышении конкурентоспособности предпринимательства сельскохозяйственной отрасли	26
Гобанова А.А., Мудревский А.Ю. Значение фактора риска в финансово-хозяйственной деятельности предприятий дорожно-строительной отрасли.....	34
Дёмушкина Л.О., Галимжанова С.Б. Проблемы развития инновационного предпринимательства в Республике Казахстан.....	39
Кривко С. Р., Теленкова О. В., Вовченко А. В., Марченкова Е.Р. Современные автоматизированные методы оценки качества государственных услуг на основе анализа данных социальных сетей...	53
Находкина А.А. Динамика формирования стереотипов в интернете на примере Республики Саха (Якутия)	66
Рац В.С. Становление малого предпринимательства в советский и постсоветский период.....	76
Сазонова Е. А., Титов Ю. М., Милосенко Н.А. Основные инструменты государственной политики в сфере развития электронного правительства.....	83
Сайфуллина С.Ф. Теоретические аспекты развития предпринимательства на основе управления инновационной восприимчивостью.....	95
Раздел 2. Формы, методы, методологическое обеспечение и управление предпринимательством	109

Алабина Т.А., Косинский П.Д. Использование программно-целевого подхода для развития малого и среднего предпринимательства сельских территорий	110
Бабич О.В. Реструктуризация как способ повышения эффективности деятельности предприятия	121
Береговая И.Б. Обоснование системы процессов управления конкурентоспособностью предприятия	135
Бреус В.А. Использование системы управления качества TQM для улучшения поставки бортового питания	146
Гапонова С.Н. Взаимовлияние развития национальной экономики и предпринимательства	151
Гудков И.В. Маркетинговое управление образовательной организацией высшего образования в современной экономике России: теория и практика	157
Дьяченко В.Н. Развитие предпринимательской активности в условиях периферийного региона	176
Жирнов А.М. Создание Дальневосточного металлургического завода – грандиозная задача частного предпринимательства	190
Ковалева Л.В. Государственно-частное партнерство и механизмы регулирования инвестиционных вложений в жилищно-коммунальное хозяйство	199
Козюбро Т.И. Классификация и детерминация стратегий развития бизнеса	204
Колокольников О.Г. Особенности и методологическое обеспечение предпринимательской деятельности	218
Кротов А.Ю. Интеллектуальный капитал и организационное знание как инновационные факторы управления современными компаниями ...	236
Мамаева А.В., Семенов М.А. Межрегиональная программа формирования Спортивно-туристического кластера Прибайкалья: необходимость формирования, цели, задачи	245

Неровня Т.Н., Обоймова Н.Т. Основные направления оценки эффективности управления предоставлением жилищно-коммунальных услуг населению	259
Прохорова Н.А., Соколова И.А. Роль учетно-аналитической системы на малом предприятии	266
Смирнова О.А. Предприниматель и наемный работник: современные подходы к анализу отношений найма	272
Шувалова А.О. Применение жизненного цикла продукта для планирования производства	278
Юрьева И.А., Масюк Н.Н. Формы и методы управления финансовыми ресурсами негосударственного пенсионного фонда как одним из стратегических ресурсов развития национальной экономики	287

Table of contents

Section 1. Patterns and trends in the development of farming systems on the initiative, risk-based..... 11

Hasanov A.N. Analysis of the situation of the entrepreneurship activity in the sphere of hotel industry in Azerbaijan..... 12

Gorodulina V.V. The role of clusters in increasing the competitiveness of the agricultural sector entrepreneurship..... 26

Gobanova A.A., Mudrevsky A.Yu. Significance of financial risk factors business enterprises road construction industry 34

Dyomushkina L.O., Galimzhanova S.B. Problems of development of innovative entrepreneurship in the Republic of Kazakhstan 39

Krivko S.R., Telenkova O.V., Vovchenko A.V., Marchenkova E.R. Modern automated methods for assessing the quality of public services based on data analysis of social networks 53

Nakhodkina A.A. Dynamics of stereotypes on the internet by example Sakha Republic (Yakutia)..... 66

Rats V.S. Formation of small business during the Soviet and Post-Soviet period..... 76

Sazonov E.A., Titov Y.M., Milosenko N.A. The main instruments of state policy in the field of e-government 83

Saifullina S.F. Theoretical aspects of entrepreneurship development based on management of innovative susceptibility..... 95

Section 2. Forms, methods, methodological support and management of enterprise..... 109

Alabina T.A., Kosinskiy P.D. Using target-oriented method for development of small and medium business of rural territories 110

Babich O.V. Restructuring as a way to improve the efficiency of enterprise 121

Beregovaya I.B. Justification system management processes enterprise competitiveness	135
Breus.V.A. Quality management TQM to improve supply power trip.....	146
Gaponov S.N. Interference of development of national economy and businesses	151
Gudkov I.V. Marketing management educational institution of higher education in modern Russian economy: theory and practice	157
Dyachenko V.N. Development of business activity in provincial regions ...	176
Zhirnov A.M. Creation of the Far Eastern metallurgy plant – a grandiose task of private business	190
Kovaleva L.V. Partnership between State and business and modes of attraction of investments in the sphere of housing and communal services	199
Kozyubro T.I. Classification and determination of business development strategies.....	204
Kolokolnikov O.G. Features and methodological support for business activity	218
Krotov A. Brain capital and organizational knowledge as innovative factors of modern company management	236
Mamayeva A.V., Semyonov M.A. Interregional program of formation of the Sports and tourism cluster of the Baikal region: need of formation, purposes, tasks	245
Nerovnja T.N., Obojmova N.T. The main directions of the assessment of management effectiveness of provision of housing and communal services to the population.....	259
Prokhorova N.A., Sokolova I.A. Accounting and analytical system in small enterprise.....	266
Smirnova O.A. Businessman and hired worker: modern approaches to the analysis of the relations of hiring.....	272
Shuvalova A.O. The product life cycle application for production planning	278

Yurieva I.A., Masyuk N.N. The forms and methods of management of the financial resources of the non-government pension fund as one of the strategic resources of the development of the national economy 287

РАЗДЕЛ 1.

ЗАКОНОМЕРНОСТИ И

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

СИСТЕМЫ ВЕДЕНИЯ

ХОЗЯЙСТВА НА

ИНИЦИАТИВНОЙ,

РИСКОВОЙ ОСНОВЕ

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

ГАСАНОВ А.Н.

АЗЕРБАЙДЖАН, АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ANALYSIS OF THE SITUATION OF THE ENTREPRENEURSHIP ACTIVITY IN THE SPHERE OF HOTEL INDUSTRY IN AZERBAIJAN

HASANOV A.N.

AZERBAIJAN, AZERBAIJAN TECHNOLOGY UNIVERSITY

Аннотация. В статье рассматривается сущность предпринимательской деятельности и характерные черты предпринимателя. Дается определение предпринимательства по законодательству Азербайджана. Далее коротко характеризуются туризм, особенности и законодательная база предпринимательства в туристской индустрии, и в гостиничном хозяйстве, анализируются основные показатели деятельности предприятий размещения, функционирующих в стране, уровень качества гостиничных услуг, перечисляются основные проблемы и делаются выводы по состоянию предпринимательства в сфере гостиничного бизнеса.

Abstract. The article considers the essence of the entrepreneurship activity and the characteristic features of a businessman. The definition of the entrepreneurship according to the Azerbaijan legislation is given. Then, the tourism, peculiarities and legislation base of business in tourism industry and hotel economy characterized, the

main data of the activities of replacement enterprises in the country, the level of quality of hotel service and analyzed, the main problems are listed and the conclusion about the state of the business in the sphere of hotel industry is made.

Ключевые слова: предпринимательство в гостиничном хозяйстве,

характерные черты предпринимателя, законодательство Азербайджана.

Key words: entrepreneurship activity in hotel economy, the characteristic features of a businessman, legislative of Azerbaijan.

Как известно, предпринимательская деятельность - это деятельность в любой сфере экономики, целью которой является получения прибыли от разработки, производства и продажи товаров, а также оказания различных видов услуг. При этой деятельности используется имущество различного назначения, нематериальные активы, труд самого предпринимателя и других лиц, привлечённых в этот процесс.

В «Законе о предпринимательской деятельности АР» говорится: предпринимательская деятельность – это самостоятельная деятельность лиц с целью получения прибыли от использования имущества, продажи товаров, проделанных работ или оказания услуг. Такой вид деятельности могут осуществлять юридические или физические лица с условием официальной регистрации в установленном порядке данным законом [1].

В современной экономической литературе термины бизнес и предпринимательство используются как синонимы. Бизнес (англ. business — «дело», «предприятие»)-деятельность, направленная на получение прибыли; любой вид деятельности, приносящий доход или иные личные выгоды [2]. По другому толкованию бизнес - любая организованная законная деятельность, главной целью которой является получение прибыли. Регулируется национальным законодательством и международными соглашениями [3].

Сущность предпринимательства заключается в формировании идеи по производству продуктов (работы, услуги) нового ассортимента и отличительных качественных показателях, удовлетворяющих потребности потребителей на основе инновационных подходов к имуществу, финансовым средствам и другим ресурсам в целях получения прибыли и с учетом интереса социума. Товары, производимые на основе новых

инновационных подходов и обладающие отличительной потребительской стоимостью определяют спрос на них и стимулируют продажи, которые в свою очередь гарантирует дополнительную прибыль.

Предпринимательство-процесс реализации стратегического плана, для претворения которого в жизнь необходимо долгосрочное, целенаправленное сотрудничество определенной группы людей, действующих под одним руководством.

Предпринимательство-это целенаправленная активная деятельность определенных лиц-предпринимателей, целью которых является получение прибыли и которые отличаются выраженными предприимчивыми способностями. Это особый дар, талант, сообразительность, активность, способность предвидения, умение составить план и т.п., которым обладает на более 5%-7% населения.

Как социальное явление, оно отражает способности любого дееспособного индивидуума, позволяет ему быть собственником дела, максимально проявлять свои индивидуальные творческие способности в процессе деятельности, стимулирует формирование нового слоя людей-предпринимателей, склонных к самостоятельной экономической деятельности, способных создавать собственные сферы деятельности, преодолевать проблемы среды и добиваться намеченных целей [4].

Р.Кантильон, который ввел в лексикон понятие «предприниматель» (entrepreneur) отмечает, что предприниматель – это любой индивид, обладающий предвидением и готовностью принять на себя риск, устремленный в будущее, действия которого нацелено на получение дохода и быть готовым к риску потерям. Отличительная черта деятельности предпринимателя – риск и неопределенность.

А.В.Ключников охарактеризовал предпринимателя как индивида, обладающего самостоятельностью и независимостью в принятии решений по любому вопросу деловой деятельности в пределах законодательства, имеющего экономический интерес в результате деятельности, т.е. рассчитывающего получить максимально возможную прибыль, идущего на риск и берущего на себя ответственность, способного инновативно

подходить к деятельности. Эту деятельность можно характеризовать и как способность, разрабатывать или придумать что-то новое или совершенствовать и улучшать имеющееся, брать на себя ответственность, обусловленную этим процессом [5].

Предприимчивость или инициативность является важным компонентом при хозяйственной деятельности руководителей и специалистов и условием эффективной деятельности производственных, коммерческих, финансовых организаций и предприятий сферы услуг, а также важнейшей функцией управления экономикой отраслей.

Известно, что современную мировую экономическую систему невозможно представить без такой динамично развивающейся составляющей как туризм. Эта отрасль экономики, которая несмотря на всякие катаклизмы и глобальные экономические кризисы устойчиво развивается. По статистическим данным UN WTO за последние десятилетия экономический рост в этой сфере составляет 3-5 %. Треть оказанных услуг, около 5% мирового валового национального продукта, 7% мировых инвестиций, 6% мирового экспорта, 11% мировых потребительских расходов приходится на его долю. Каждый 12-й работоспособный человек работает в этой сфере.

Устойчивая тенденция развития в туризме наблюдалась и в 2013 году. Рост в международном туризме за первые девять месяцев 2013 года составили 5%. За данный период число международных туристских прибытий, достигло рекордного результата 845 млн., и по сравнению с аналогичным периодом 2012 года возросло приблизительно на 41 млн., что превысило прогнозы ВТО [6].

По основным показателям туризм опережает многие отрасли экономики и достойно конкурирует с такими громадными отраслями как машиностроение и нефтяная промышленность. Эти факторы доказывают, что туризм является благоприятной отраслью экономики для ведения предпринимательской деятельности, достижения намеченных целей и получения прибыли.

Предпринимательство в туризме - это специфический вид деловой активности, которой формируется на основе инновационной и инициативной концепции, целью которого является производство и реализация качественно новых ассортиментов туристских продуктов и услуг, а также извлечение прибыли.

Для благоприятного ведения предпринимательской деятельности в туризме предприниматель должен решать следующие задачи:

- внимательно изучать конъюнктуру туристского рынка, вести маркетинговые исследования с целью определения спроса в турпродуктов и туруслуг;
- определять новые направления туристских потоков и их потребностей с учетом их социально-демографического состава и сезона;
- разрабатывать и внедрять новые инновационные технологии по производству конкурентоспособных туристских продуктов и по оказанию услуг, соответствующих, современным стандартам;
- воспользоваться новыми методами управления и технологиями по минимизации расходов и увеличения доходов.

Чтобы решать выше перечисленные задачи, предприниматель должен обладать некоторыми качествами. К этим качествам можно отнести способность на гибкое реагирование к принятию решений при изменениях внутренних и внешних факторов, формирование новых идей и технологий и применять их в практике, смело пойти на риски и принять на себя ответственность при нестандартных ситуациях.

Индустрия туризма является наиболее устойчивой и динамично развивающейся отраслью мировой экономической системы. Поэтому предпринимательство в этой сфере считается одним из самых перспективных и его развитие создает благоприятные условия для воспроизводства физических, интеллектуальных и психологических сил человека.

Туризм как многогранное явление современной эпохи, функционирует во взаимосвязи с различными сферами деятельности и создает своеобразную

индустрию. Необходимо отметить, что туризм непосредственно и косвенно имеет отношение к различным видам экономической деятельности и наоборот. Учитывая это, предпринимательскую деятельность в туризме необходимо рассматривать с учетом степени взаимосвязи и отношения с другими сферами.

Туристскую индустрию можно рассматривать как совокупность предприятий организующих и обеспечивающих разработку и производство туристского продукта на основе туристских ресурсов, проводящих мероприятия по продвижению, продаже и потреблению этих продуктов.

По мнению И.В. Зорина, В.А. Квартальнова, А.Д. Чудновского, А.П. Дуровича, Я. Качмарека, Л. ван дер Вагена и др. к непосредственным составляющим туристской индустрии относятся предприятия питания, развлечения, размещения и транспортные предприятия. Услуги, предоставленные этими предприятиями, считаются основными компонентами туристских продуктов.

Как видно, одной из четырех основных сфер, играющих важную роль в процессе формирования туристского продукта, являются предприятия гостиничного хозяйства. Обеспечение туристов ночевкой, важный этап во время путешествия. Поэтому структуры управления туризмом должны уделять особое внимание по созданию благоприятных условий для развития предпринимательской деятельности в сфере гостиничного хозяйства.

Считается, что первым этапом в этом направлении является создание законодательной базы, которая регулирует деятельность в этой сфере. В то же время законодательная база должна стимулировать деятельность субъектов гостиничного бизнеса, применяя различные льготные условия, например, упрощение получения лицензии и минимизация объема оплаты за нее, применение льготной налоговой политики в начальном периоде деятельности, выделение государством инвестиций с льготными процентами, и т.д.

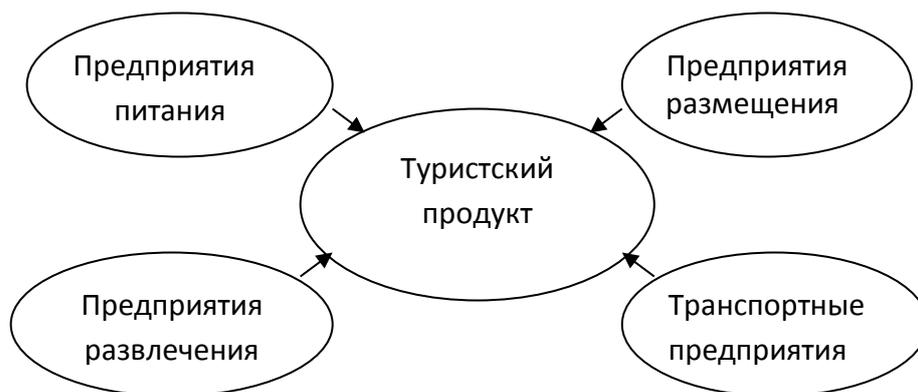


Рисунок 1. Производители основных компонентов туристского продукта

Источник: составлен автором со ссылкой на литературные данные.

Законодательной базой предпринимательской деятельности в сфере гостиничного хозяйства являются Законы Азербайджанской Республики «О предпринимательской деятельности»(1992), «О туризме»(1999) и «Правила выдачи особого разрешения (лицензии) некоторым видам предпринимательской деятельности»(1997) и др. Кроме этого, по Закону «О предпринимательской деятельности» отношения, связанные предпринимательством, независимо от формы собственности, вида и сферы деятельности регулируется Конституцией АР, Конституционным актом «О государственной независимости АР», Конституционным Законом «Об экономической независимости АР», Законами «О собственности», «О антимонопольной деятельности», «О защиты иностранных инвестиций», Гражданским Кодексом АР, законами и законодательными актами, принятыми на основе перечисленных законов и Международными юридическими обязательствами АР.

По мнению экспертов Всемирного Банка за последние годы по сравнению с мировыми стандартами, условия ведения бизнеса в Азербайджане стали улучшаться высокими темпами. В области регулирования предпринимательской деятельности в Азербайджане проводятся все необходимые мероприятия. Естественно, эти мероприятия касаются и деятельности в гостиничном хозяйстве.

Проведение фундаментальных реформ, направленных на устойчивое развитие предпринимательства во всех сферах деятельности, в центре

экономической стратегии страны, которое успешно осуществляется в рамках принятых стратегических программ.

Считаем, что политическая стабильность, общая экономическая ситуация, свободная конкурентная среда, сформированная инфраструктура, профессиональные кадры, рекламно-информационное обеспечение, инновационный подход к деятельности, спрос на гостиничные услуги являются другими факторами, создающими и обеспечивающими условия эффективности предпринимательства в гостиничном бизнесе.

Необходимо отметить, что все отмеченные факторы непосредственно влияют на уровень развития деятельности предприятий размещения. Во первых это обусловлено, объявлением туризма одним из

приоритетных отраслей национальной экономики, во вторых, созданием и обеспечением государством всех возможных условий по их существованию.

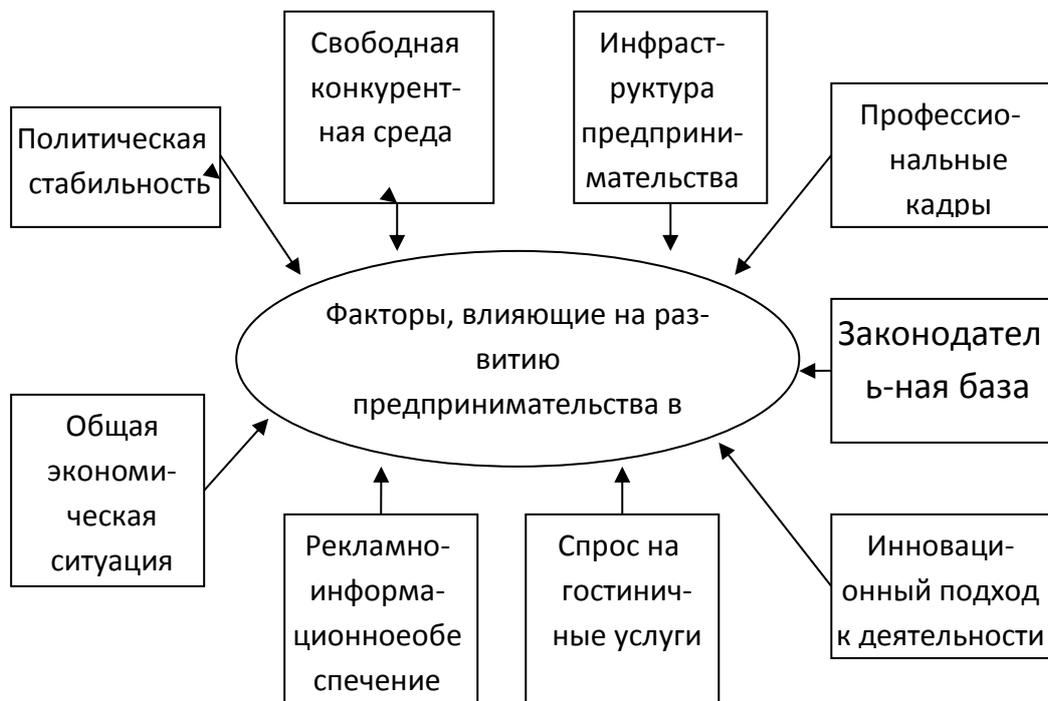


Рисунок 2. Факторы, влияющие на развитие предпринимательства в гостиничном хозяйстве

Источник: составлен автором

Существующая политическая стабильность, общий экономический рост, уровень которого за последние годы измеряется двузначной цифрой, благоприятная нормативно-правовая база, конкурентная среда и др., стимулировали рост количества субъектов гостиничного хозяйства. В периоде с 2007 по 2012 г количество гостиниц и предприятий гостиничного типа выросло с 320 до 514 единиц. Рост составил больше 60 %. Если количество номеров и общая вместимость в 2007 году составляли 11829 единиц и 25483 мест, то в 2012 году эти показатели увеличились примерно на 35% и соответственно составили 15898 единиц и 32834 мест. Количество размещенных туристов в предприятиях за данный период увеличилось с 305483 до 624924 [7]. Если в 2007 году число иностранных туристов составило около 50%, то в 2012-м этот показатель вырос до 59,5%. Примерно 45% заселившихся являются иностранные туристы, прибывшие в страну с деловой целью. Причина этого, благоприятное условие для экономической деятельности.

Динамика роста наблюдалась в числе работающих в предприятиях размещения (с 4739 до 7321 человек) и в объеме прибыли (с 89785,3 до 153980,9 тыс. манатов), которые играют важную роль в решениях проблемы занятости и улучшении благосостояния населения. Это обусловлено несколькими факторами, в том числе ростом спроса на гостиничные услуги в стране.

По форме собственности функционируют государственные, частные, иностранные и совместные предприятия. Из существующих 514 гостиниц и предприятий гостиничного типа 466 являются частными (90,6 %), 27 государственными (5,3 %), 17 иностранными (3,4 %) и 4 совместными (0,7%) предприятиями. За анализируемый период число частных предприятий увеличилось примерно в 1,9 раз, иностранных предприятий в 1,54 раз, число государственных предприятий уменьшились с 61-го до 27-и, а совместных с 6-ти до 4-х. Из имеющихся 32834 мест, на долю государственных предприятий приходится 3740, на долю частных 26765 (81,5%), на долю иностранных 1625, а на долю совместных 704 мест.

Таблица 1. Некоторые показатели гостиниц и предприятий гостиничного типа за 2007- 2012 гг.

Показатели	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Количество гостиниц и предприятий гостиничного типа, <i>единиц</i>	320	370	452	499	508	514
Вместимость, <i>мест</i>	25483	28286	30571	30793	31979	32834
Количество номеров, <i>единиц</i>	11829	12789	13964	14158	14815	15898
В том числе:						
номера люкс	1849	1994	2286	2445	2645	2627
номера категории	6008	6066	6700	5825	5974	6429
номера категории турист	3972	4729	4978	5888	6196	6842
Число размещенных лиц, <i>человек</i>	305483	431574	424237	438479	510162	624924
В том числе:						
граждане страны	152430	207462	215369	226123	252175	252807
иностранные граждане	153053	224112	208868	212356	257987	372117
Количество работающих, <i>человек</i>	4 739	5 616	5 937	6021	6198	7321
Прибыль, полученная от эксплуатации предприятий, <i>тыс. манатов</i>	89785,3	98584,2	97002,9	105888,8	114686,1	153980,9
Эксплуатационные расходы предприятий, <i>тыс. манатов</i>	80020,3	91707,8	82302,9	87879,9	88680,4	110684
Оплаченный в бюджет НДС и другие налоги, <i>тыс. манатов</i>	9787,3	13965,9	14548,7	15130,6	27966,5	18058,8

Источник: составлен автором на основе данных сайта <http://www.stat.gov>

Как видно, доля частных предприятий и в гостиничном секторе превосходит другие и за каждый год растет. Это является следствием создания благоприятной среды для ведения бизнеса в результате проводимой целенаправленной политики государством.

Известно, что в Азербайджане существует богатый и уникальный туристский потенциал. Практически все регионы страны могут гордиться своими природными туристскими ресурсами. Рациональное использование этих ресурсов требует разработки и производства новых туристских продуктов, важными компонентами которых являются гостиничные услуги. Поэтому расположение предприятий размещения во всех туристских регионах или экономических районах имеет важное

значение. Это гарантирует оказание комплекса услуг, в том числе и туристам проживающих в гостиницах, для удовлетворения их потребностей.

Анализ гостиничного хозяйства страны показывает, что пока не во всех регионах имеется возможность обеспечить туристов высококачественными гостиничными услугами. Поэтому во время туристского сезона, особенно в сельских районах потребители в основном для проживания арендуют частные дома. Предприниматели в будущем должны учитывать эту проблему и стараться решить её.

Как показывают статистические данные, около трети предприятий размещения расположены в столице страны-Баку. На их долю приходится 10217 мест от общей вместимости гостиниц и предприятий гостиничного типа (32834). Далее следуют: Губа-Хачмазский экономический район-8119 мест, Гянджа-Газахский-2842 мест, Ленкоранский-2783 мест, Шеки-Закатальский-2203 мест и т.д. [7]. В таблице 2 отражены данные по расположению вместимости и количества номеров предприятий размещения по экономическим районам. Как видно из таблицы, рост по обоим показателям наблюдается во всех экономических районах, за исключением Гянджа-Газахского и Верхне-Карабахского. Причиной уменьшения количества вместимости и номерного фонда в Гянджа-Газахском районе является приостановление деятельности гостиниц с большой вместимостью и не соответствующим современным требованиям с целью их перестройки в г. Нафталан. Вместимость предприятий в г. Нафталан в 2007 году составляло 3480 мест, в 2012 году 548 мест.

Известно, что Нафталан-это известный курортный центр, куда до недавних времен приезжали тысячи людей, особенно из стран бывшего соцлагеря для лечения чудотворной нафталанской нефтью. В настоящее время в городе проводятся работы по созданию курортной агломерации, что позволит восстановить поток туристов и славу курортного центра.

Причиной приостановления развития гостиничного бизнеса в Верхне-Карабахском экономическом районе связано с конфликтом с соседней страной.

Как отмечалось выше и в получении прибыли предприятиями наблюдается положительная динамика. Однако в распределении прибыли по экономическим районам существует та же тенденция, как и в положение с номерным фондом и вместимостью предприятий. Столичные предприятия лидируют и в этой отрасли и на их долю, приходится более 72% (117394,1 тыс. манатов) прибыли. На следующих позициях расположились Апшеронский-7% (11451 тыс. манатов), Губа-Хачмазский 4,8% (7467 тыс. манатов), Гянджа-Газахский-3,4% (5268,1 тыс. манатов), Нахичеванский-2,8% (4386,9 тыс. манатов), Ленкоранский-2,5% (3883,5 тыс. манатов), Шеки-Закатальский-1,4% (2087,2 тыс. манатов), Нагорно-Ширванский-0,7% (1058,9 тыс. манатов), Аранский-0,6 % (976,8 тыс. манатов) экономические районы. Самый низкий уровень прибыли наблюдается в Верхнем Карабахском экономическом районе-всего 7,1 тыс. манатов. Это естественно, так как возможности предпринимательской деятельности в этом районе достаточно ограничены.

Роль хозяйственных субъектов туристской индустрии, в том числе и гостиничного хозяйства в решении проблем занятости населения неоспоримо. В существующих объектах размещения на данном этапе работают 7321 человек. Число работающих за последние шесть лет выросло примерно 65 %. Расходы предприятий размещения на заработную плату составили в 2012 году 27389,2 тыс. манатов [7]. Среднемесячная заработная плата работников сферы гостиничного бизнеса в 2012 году составила примерно 310 манатов, и этот показатель в сравнении с 2011 годом вырос на 26,5%. В том же году среднемесячная заработная плата в стране составила 397 манатов.

Как видно, за исследуемый период в основных показателях предприятий гостиничного хозяйства наблюдается динамический рост. Однако необходимо отметить, что существующая политическая стабильность, ускоренное развитие экономики страны, развитие отраслевых инфраструктур, подготовка профессиональных кадров, применение инновационных технологий в деятельности, увеличение спроса на гостиничные услуги, соответствующая к современным требованиям

нормативно-правовая база и др. создают возможность добиваться наиболее лучших результатов в сфере гостиничного хозяйства.

Таблица 2. Вместимость и номерной фонд гостиниц и предприятий гостиничного типа по экономическим районам

Экономические районы	Вместимость, мест					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Всего по стране	25 483	28 286	30 571	30793	31979	32834
Город Баку	7792	8285	7768	10040	10291	10 217
Апшеронский	1136	1316	1485	1305	1648	1626
Гянджа-Газахский	4442	4668	5219	1850	2327	2842
Шеки-Закатальский	1551	1720	2180	2180	2189	2203
Ленкоранский	1831	2362	2692	2678	2796	2783
Губа-Хачмазский	4949	5783	6356	7905	7633	8119
Аранский	1864	1881	2069	2048	2256	2153
Верхний Карабахский	30	30	30	30	30	30
Нагорно-Ширванский	743	803	1277	1255	1307	1339
Нахичеванский	1145	1438	1495	1502	1502	1522
<i>Количество номеров, единица</i>						
Всего по стране	11 829	12 789	13 964	14158	14815	15898
Город Баку	4342	4563	4369	5471	5607	6386
Апшеронский	431	488	623	561	849	837
Гянджа-Газахский	1897	2006	2301	970	1172	1430
Шеки-Закатальский	682	752	966	970	913	905
Ленкоранский	840	947	1060	1095	1133	1125
Губа-Хачмазский	1784	2115	2414	2921	2884	2990
Аранский	946	864	976	948	1011	960
Верхний Карабахский	15	15	15	15	15	15
Нагорно-Ширванский	376	385	586	553	577	589
Нахичеванский	516	654	654	654	654	661

Источник: составлен автором на основе данных сайта <http://www.stat.gov.az/>

Список литературы:

1. Сборник законодательства Азербайджанской Республики. Баку, 2010, №04.
2. Словарь иностранных слов. 18-е изд., стер. М., Русский язык, 1989.
3. В. Коноплицкий, А. Филина. Экономический словарь. М., КНТ, 2007.
4. П. Друкер. Рынок: как выйти в лидеры. /Пер с англ. - М., СП-Бук Чембер Интернешнл, 1992.
5. В. М. Козырев, И. В. Зорин и др. Экономика туризма. М., Финансы и статистика, 2004.
6. Press Release. PR No.: PR13081 Madrid 12 Dec 13.

7. <http://www.stat.gov.az/>

References:

1. Collection of legislation of the Azerbaijan Republic. Baku, 2010, № 04.
2. Dictionary of foreign words. 18th ed., Sr. M., Russian language, 1989.
3. Konoplitsky V., A. Filene. Dictionary of Economics. AM, CST, 2007.
4. P. Drucker. Market: How to become a leader. / Translated from English. M., SP-Beech Chamberlain International, 1992.
5. V.M. Kozyrev, I.V. Zorin et al Economics of Tourism. MA, Finance and statistics, 2004.
6. Press Release. PR No.: PR13081 Madrid 12 Dec 13.
7. <http://www.stat.gov.az/>

РОЛЬ КЛАСТЕРОВ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ОТРАСЛИ

Городулина В.В.

Россия, Российский государственный социальный университет

THE ROLE OF CLUSTERS IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE AGRICULTURAL SECTOR ENTREPRENEURSHIP

GORODULINA V.V.

THE RUSSIAN STATE SOCIAL UNIVERSITY, RUSSIA

Аннотация. В данной статье рассмотрены основные преимущества кластерного подхода для повышения конкурентоспособности предпринимательства в сельском хозяйстве, отличительные особенности кластерной политики и эффективность кластерной политики

Abstract. This article describes the main advantages of the cluster approach to improve the competitiveness of entrepreneurship in agriculture, especially of cluster policy and the effectiveness of cluster politics

Ключевые слова: кластер, сельскохозяйственные предприятия, конкурентоспособность сельскохозяйственных предприятий, развитие национальной конкурентоспособности отечественных компаний

Keywords: Cluster, agricultural enterprises, competitiveness of agricultural enterprises, development of the national competitiveness of domestic companies

Сегодня доминирующей целью экономической политики как развитых, так и развивающихся стран являются рост национальной конкурентоспособности и расширение доли отечественных компаний на внутреннем и мировом рынках, повышение эффективности их деятельности.

Экономическая целесообразность создания агропромышленных кластеров связана для сельскохозяйственных товаропроизводителей с большей технической отсталостью сельскохозяйственного производства по сравнению с промышленностью, спецификой сельскохозяйственного производства, его социальной значимостью, территориальной рассредоточенностью, необходимостью повышения конкурентоспособности продукции и другими факторами.

В связи с этим важнейшими факторами достижения и удержания превосходства над конкурентами становятся не только инновации и образование, но и взаимосвязи между предприятиями, что обеспечивает условия по созданию сетевых структур – кластеров.

Основоположником теории кластеров является М. Портер. Следуя определению М. Портера, «кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга. Территориальный охват кластера может варьироваться от групп производства одного города или штата (региона) до страны или даже нескольких соседствующих стран. Кластеры имеют различную форму в зависимости от своей глубины и сложности, но большинство включает в себя: компании «готового продукта» или сервиса; поставщиков специализированных факторов производства, комплектующих изделий, механизмов, сервисных услуг; финансовые институты, фирмы в сопутствующих отраслях ... правительственные структуры, оказывающие существенное влияние на кластер, могут рассматриваться как его часть» [2].

Кластер представляет собой более высокий уровень развития интеграционных процессов. Формирование их обусловлено переходом к

программно-целевому управлению экономикой. Опыт развития многих стран и отдельных регионов показывает одной из наиболее эффективных форм экономического управления политикой, основанную на кластерах.

Главная особенность кластера – его инновационная ориентированность. Исследования опыта развитых стран и отдельных регионов показывает, что инновационные кластеры могут формироваться на уровне региона, где высока концентрация взаимосвязанных отраслей.

Кластера позволяют оптимизировать межфирменные контакты, наладить эффективную кооперацию, согласовать планы бизнес-субъектов – различных организаций, участвующих в том или ином виде деятельности. Одновременно кластер выступает и как форум, в рамках которого ведется диалог между деловыми, правительственными и научными кругами о путях развития конкурентных преимуществ в рамках региона, страны.

Экономические связи, лежащие в основе создания кластеров, базируются на долгосрочных контрактах (в отличие от холдингов, базирующихся на имущественных интересах) и осуществляются путем вертикальных и горизонтальных взаимодействий между различными бизнес-субъектами и симбиозной взаимозависимости, определяемой принципом синергизма. Такие объединения позволяют организациям сочетать преимущества крупных производств и малых и средних компаний, берущих на себя решение отдельных узкоспециальных задач в конструировании и производстве отдельных узлов и компонентов. Между фирмами, принадлежащими разным собственникам, возникает родство при сохранении каждой из них своей автономности [2].

В кластере элементы рынка сочетаются с иерархической координацией действий, но на первый план выходят кооперационные и информационные связи, а имущественные связи могут присутствовать в форме долевого участия.

Кластеры можно идентифицировать как группу фирм-участников того или иного рынка, объединяющихся на основе долгосрочных контрактов с целью эффективного использования ресурсов и специфических преимуществ для совместной реализации предпринимательских проектов.

Используя преимущественно горизонтальные связи, специализацию и дополняя друг друга, они получают возможность для достижения более высоких результатов.

Отличительная черта кластера – целевая предпринимательская деятельность. В рамках кластера объединяется не только производственный, но и инновационный бизнес, комплексное управление качеством продукции, сервисное обслуживание. Объединение усилий предпринимателей, органов управления, субъектов инвестиционной и инновационной деятельности на определенной территории дает значительные преимущества в конкурентной борьбе, способствует рационализации производственно-рыночных процессов, перераспределению рисков и проведению гибкой политики, необходимой в условиях быстро меняющейся конъюнктуры. Такое объединение усилий в развитых странах оказалось достаточно эффективным.

В мире активное развитие кластеров считается эффективным направлением предпринимательской деятельности.

Кластерная концепция развития предпринимательства фокусируется на взаимосвязанных между корпоративными структурами, инвестиционными, посредническими, научными, учебными, общественными организациями региона. Суть кластерной концепции заключается в реализации консолидированного потенциала регионов, экономическая территория которых является основой для развития европейского сотрудничества, а решение проблем региональной экономики – одно из главных направлений деятельности европейского сообщества [3].

Эффективность кластерной политики зависит от степени вовлеченности в процессы кластеризации самих непосредственных субъектов реализации интересов конкурентного развития соответствующих кластеров и регионов.

Субъекты реализации кластерной политики:

- федеральные органы государственной власти;
- органы государственной власти региона;

- муниципальные (местные) органы власти;
- научно-исследовательские и образовательные (вузы) организации и научные центры;
- группы малых и средних предприятий, составляющих основу территориальных кластеров.

Рост конкурентоспособности территориальных кластеров означает абсолютный и относительный рост доходов основных их участников и последующее поддержание стабильно высокого уровня этих доходов, а также обеспечение роста благосостояния населения соответствующих муниципальных образований и республики в целом.

Для субъектов экономических отношений кластерный подход дает ряд преимуществ:

- для региональной власти: развитие кластерной системы приводит к увеличению количества налогоплательщиков и налогооблагаемой базы (центры управления бизнесом, как правило, находятся на той же территории, что и сам бизнес, кроме вертикальных корпораций), появлению удобного инструмента для взаимодействия с бизнесом, снижению зависимости от отдельных бизнес-групп, появлению основания для диверсификации экономического развития территории;
- для бизнеса: улучшение кадровой инфраструктуры; появление инфраструктуры для исследований и разработок; снижение издержек; появление возможностей для более успешного выхода на межрегиональные и международные рынки.

Агропромышленный кластер – индустриальный комплекс, сформированный на базе территориальной концентрации сетей специализированных поставщиков, основанных производителей и потребителей, связанный технологической цепочкой и выступающий альтернативой секторальному подходу.

Региональное экономическое развитие на основе стимулирования кластеров предполагает инициативу и совместные усилия бизнеса и

администраций. Роли, которые должны играть администрации и бизнес при развитии отраслевых кластеров, разные, но взаимодополняющие.

Роль администрации региона может состоять в поддержке и инициировании процессов активации кластеров. Региональные администрации практически всегда участвуют в формировании и функционировании бизнеса. Бизнес, в свою очередь, способен оказывать значительное влияние на администрацию, поэтому особенно важно участие администрации в кластерных совещаниях и принятии решений, касающихся развития кластеров.

Также существует высокоэффективный способ стимулирования кластеров, который есть у администрации – целевые программы. Они могут оказать существенное влияние на развитие кластера. Использование кластерного подхода может существенно обогатить межрегиональное и международное экономическое сотрудничество. Главное, что дает кластер – это возможность для бизнеса и для региона развиваться. Стимулирование развития кластеров по силам любому региону. Для бизнеса кластер – это реальная возможность обеспечить себе конкурентоспособность в будущем.

Экономический эффект от создания кластеров в сельскохозяйственной сфере обусловлен:

- во-первых, региональные инновационные кластеры имеют в своей основе сложившуюся устойчивую систему распространения новых технологий, знаний, продукции, так называемую технологическую сеть, которая опирается на совместную научную базу;
- во-вторых, предприятия кластера имеют дополнительные конкурентные преимущества за счет возможности осуществлять внутреннюю специализацию и стандартизацию, минимизировать затраты на внедрение инноваций;
- в-третьих, важной особенностью инновационных кластеров является наличие в их структуре гибких предпринимательских структур – малых предприятий, которые позволяют формировать инновационные точки роста экономики региона;

- в-четвертых региональные инновационные кластеры чрезвычайно важны для развития малого предпринимательства: они обеспечивают малым фирмам высокую степень специализации при обслуживании конкретной предпринимательской ниши, так как при этом облегчен доступ к капиталу промышленного предприятия, а также активно происходит обмен идеями и передача знаний от специалистов к предпринимателям.

Конкурентные преимущества кластерных систем предприятий сельскохозяйственной отрасли – ресурсные, технологические, инновационные, логические, организационно-управленческие. Кластеры включают фирмы и организации, связанные выпуском конечной продукции и географическим положением. В итоге формируется кластер – сообщество фирм, тесно связанных отраслей, взаимно способствующих росту конкурентоспособности друг друга. Когда формируется кластер, все производства начинают в нем оказывать друг другу поддержку. Выгода распространяется по всем направлениям связей. Новые производители, приходящие из других отраслей кластера, ускоряют развитие, стимулируя различные подходы к НИОКР и обеспечивая необходимые средства для внедрения новых стратегий. Происходит свободный обмен информацией и быстрое распространение новшества по каналам поставщиков или потребителей, имеющих контакты с многочисленными конкурентами. Взаимосвязи внутри кластера, часто абсолютно неожиданные, ведут к разработке новых путей в конкуренции и порождают совершенно новые возможности. Кластер становится средством преодоления замкнутости на внутренних проблемах, инертности, негибкости и сговоров между соперниками, которые уменьшают или полностью блокируют благотворное влияние конкуренции и появление новых фирм.

Таким образом, наличие кластеров позволяет национальной отрасли сдерживать свое преимущество, а не отдавать его тем странам, которые склонны к обновлению. В процессе развития кластера экономические ресурсы начинают притекать к нему из изолированных отраслей, которые не могут использовать их продукцию.

Список литературы:

1. Кундиус В.А. Экономика агропромышленного комплекса. Учебное пособие. – М.: Кнорус, - 2013 – с. 540.
2. Портер М.Э. Конкуренция: Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2011. – с. 225.
3. Хуажева А.Ш., Кетова Н.П. Механизм устойчивого развития регионального агропромышленного комплекса: концептуальное обоснование, формирование территориальных кластеров, условия реализации. Учебное пособие. Ростов на-Дону.: Содействие - XXI век, 2012 – с.288.

References:

1. Kindus V.A. Economy of agro industrial complex. The tutorial. – M. Knorus. – 2013 – page 540.
2. Porter M.E. Competition, translation from English, - M.: Williams - 2011 – page 225.
3. Chuadgieva A.SH. , Ketova N.P., A mechanism of sustainable development of regional agro industrial complex conceptual basis, the formation of regional clusters, the conditions of implementation. The tutorial. Rostov-on-don.: Assistance – XXI century, 2012 – page 288.

ЗНАЧЕНИЕ ФАКТОРА РИСКА В ФИНАНСОВО- ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ДОРОЖНО-СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Гобанова А.А., Мудревский А.Ю.

Россия, Международная Академия Бизнеса и Новых Технологий

SIGNIFICANCE OF FINANCIAL RISK FACTORS BUSINESS ENTERPRISES ROAD CONSTRUCTION INDUSTRY

Gobanova A.A., Mudrevsky A.Yu.

Russia, International Academy of Business and New Technologies

Все участники рынка дорожно-строительной отрасли подвержены рискам. Следовательно, знание технологии и особенности ведения финансово-хозяйственной деятельности в данном направлении, понимание и умелое управление рисками, присущими данной отрасли, является залогом успешного достижения положительных финансовых показателей предприятием при минимальном влиянии неблагоприятных факторов.

Любая деятельность, направленная на получение прибыли, сопровождается фактором риска, что несет за собой не только отрицательные последствия в деятельности дорожно-строительных компаний, но и имеет ряд положительных моментов, связанных с

уменьшением конкуренции на данном сегменте рынка, так как для вхождения в него существует большое количество барьеров, основными из которых являются закупка дорогостоящего оборудования, автомобильной техники, дорожно-строительных машин, механизмов, асфальтобетонных заводов, установок по производству битумной эмульсии, сырья, материалов, наличие территории для их складирования, постоянное обучение и переобучение сотрудников рабочих специальностей и привлечение профессиональных и высококвалифицированных работников, которые смогли бы организовать и наладить бесперебойный производственный процесс, создать условия для быстрого и качественного проведения дорожно-строительных работ и оказания услуг по данному направлению. Поэтому рассматриваемый сегмент рынка чаще всего представлен крупными предприятиями с развитой инфраструктурной базой, имеющими долгосрочные и доверительные отношения с поставщиками сырья и материалов, с предприятиями, работающими на субподряде, а также с государственными органами, через которые, в основном, получают свои заказы на выполнение работ по средствам проведения торгов на электронных торговых площадках. То есть данные компании должны обладать хорошей кредитной историей и иметь на своем балансе ликвидные активы в целях предотвращения или уменьшения фактора риска, связанного с обеспечением бесперебойного производственного процесса, так как практически все заказы в сфере дорожно-строительных работ являются срочными, при нарушении данных сроков возникает риск получения штрафных санкций, что отрицательно сказывается на репутации компании в ходе ее дальнейшей деятельности.

Риск – объективное и неотъемлемое явление хозяйственной жизни дорожно-строительного предприятия, поэтому основная задача предпринимателя заключается не в игнорировании риска, а в грамотном его управлении.

Успешные руководители дорожно-строительной компании, как и в любой другой стабильно функционирующей коммерческой организации, в ходе своей работы уделяют значительное место осознанию, оценке и измерению степени риска, связанной с финансово-хозяйственной

деятельностью своего предприятия. Это, своего рода, талант, профессиональное мастерство, без которого невозможно достичь успеха и высоких финансовых показателей в деятельности предприятия.

Большинство молодых руководителей дорожно-строительных компаний, как показывает практика, являются стихийными риск-менеджерами, то есть многие управленческие решения ими принимаются интуитивно, на уровне ощущений и сопоставлений с приобретенным опытом. Они пытаются модернизировать существующие уже долго время на предприятиях процессы крупных иерархических структур, устранить, на их взгляд, ненужные звенья и сегменты. Особенность деятельности дорожно-строительной компании заключается в том, что данные управленческие решения, направленные на изменение в основных и фундаментальных ее частях производственного процесса, могут привести к катастрофическим и невосполнимым потерям и изменениям во всей системе и технологии выполнения работ. Поэтому, при принятии решений, связанных с модернизацией или реорганизацией в базисных и ключевых процессах или структуре компании, стоит провести тщательный анализ и до мельчайших нюансов описать и разработать деятельность новой производственной системы.

Универсальный совет, который можно дать крупным компаниям в дорожно-строительной отрасли, непосредственно занимающихся оказанием и выполнением дорожно-строительных работ – четко разделить и обозначить сферу деятельности своих структурных подразделений, не допустить их чрезмерного укрупнения и дробления, то есть оптимально распределить ответственность менеджеров низшего и среднего звена с целью ускорения получения достоверной и необходимой информации менеджерам высшего звена для принятия ими управленческих решений.

В последнее время в экономической литературе чаще всего встречается такое понятие, как «тотальный риск-менеджмент», который, на наш взгляд, наиболее полно характеризует значение фактора риска в деятельности дорожно-строительных компаний на территории Российской Федерации – он описывает риск не только, как негативный фактор,

связанный с неопределенностью во внешней и внутренней среде компании, но и рассматривает его в качестве инструмента управления, в качестве конкурентного преимущества предприятия.

Главная задача высшего руководящего состава компании заключается в правильном применении фактора риска в своей деятельности, то есть следует не абстрагироваться от него или заикливаться на нем, а адекватно оценивать его влияния и последствия при принятии управленческих решений. Так, например, при недостаточном количестве свободных денежных средств на счетах, руководству предприятия целесообразно принять решение о получении в кредитных организациях заемных средств с целью приобретения сырья и материалов для выполнения работ по выгодному и доходному контракту, или с целью покупки новой дорожно-строительной техники, которая способна уменьшить себестоимость выполняемых работ при ее использовании в производственном процессе в будущем.

Обобщая выше сказанное, отметим, что риск является одним из инструментов управления в финансово-хозяйственной деятельности предприятия, грамотное и обдуманное решение по использованию этого фактора на предприятии дорожно-строительной отрасли дает возможность руководству компании и самой компании захватить новые или удержать прежние позиции на рынке дорожно-строительных услуг, увеличить конкурентные преимущества перед другими предприятиями путем снижения себестоимости своей продукции, подготовить к расширению сферы деятельности по средствам увеличения перечня оказываемых услуг и выполняемых работ, а так же по средствам проведения умеренно-агрессивной политики на рынке ценных бумаг или внедрения в свою деятельность инновационных разработок. То есть успешному руководителю необходимо разработать систему принятия управленческих решений, основанную на оценке фактора риска как возможности получения дополнительных выгод для предприятия на всех этапах его существования и развития.

Список литературы:

1. Шевелев, А.Е. Риски в бухгалтерском учете [Текст]: учеб. пособие 2-е издание, перераб. и дополн. / А.Е. Шевелев, Е.В. Шевелева – М.: КноРус, 2011. – 303 с.
2. Ермасова, Н.Б. Риск-менеджмент организации [Текст]: учеб.-практическое пособие / Н.Б. Ермасова – М.: Дашков и Ко, 2008. – 380 с.
3. Бланк, И.А. Управление финансовыми рисками [Текст]: учеб. курс / И.А. Бланк – М.: Ника-Центр, 2006. – 448 с.
4. Васин, С.М. Управление рисками на предприятии [Текст]: учеб. пособие / С.М. Васин, В.С. Шутов – М.:КноРус, 2010. – 304 с.
5. Анализ и оценка риска производственной деятельности / П.П. Кукин [Текст]: учеб. пособие / П. П. Кукин, В. Н. Шлыков, Н. Л. Пономарев, Н. И. Сердюк – М.:Высшая школа, 2007. – 328 с.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Дёмушкина Л.О.¹, Галимжанова С.Б.²

¹ КАЗАХСТАН, АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

² КАЗАХСТАН, КАЗАХСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И
МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

DYOMUSHKINA L.O.¹, GALIMZHANOVA S.B.²

¹ KAZAKHSTAN, ACADEMY OF PUBLIC ADMINISTRATION UNDER THE PRESIDENT OF
KAZAKHSTAN

² KAZAKHSTAN, KAZAKH UNIVERSITY OF ECONOMICS, FINANCE AND INTERNATIONAL TRADE

Аннотация: В современном мире развитие инновационного предпринимательства является важным фактором обеспечения конкурентоспособности страны. В статье рассматриваются различные подходы к состоянию и перспективам развития инновационного предпринимательства в Республике Казахстан, а также проблемы его развития.

Abstract: In the modern world, the development of innovative entrepreneurship is an important factor in ensuring the competitiveness of the country. The article discusses various approaches to the state and prospects of development of innovative entrepreneurship in the Republic of Kazakhstan and the problems of its development.

Ключевые слова: инновационное развитие, инновационная система, инновационное предпринимательство, инновационно активные предприятия.

Keywords: innovation development, innovation system, innovation entrepreneurship, innovation active enterprises.

В условиях глобализации устойчивость инновационного развития является одним из решающих факторов обеспечения конкурентоспособности страны, его экономической, технологической, экологической безопасности и стабильного развития. Инновационная модель экономики обеспечивает устойчивое благосостояние страны, как в настоящем, так и в будущем. В связи с этим государство должно уделять особое внимание развитию национального инновационного предпринимательства.

В Казахстане становление национальной инновационной системы начинается с принятия Стратегии индустриально-инновационного развития на период до 2015 года и формирования Национального инновационного фонда в 2004 году. В стране разработана и функционирует нормативно-правовая база инновационного развития: Программа по формированию Национальной инновационной системы РК на 2005-2015гг. (2006 г.), Закон РК «О государственной поддержке инновационной деятельности» (2007г.), Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на период 2010-2014 гг. (ГПФИИР), Программа развития инноваций, Межотраслевой научно-технический план (2011 г.). Кроме того, внесены изменения в Закон РК «О государственной поддержке инновационной деятельности», в частности, разработаны налоговые меры ее стимулирования (2012 г.), сформировано институциональное обеспечение функционирования инновационной системы и инновационного предпринимательства такие, как Национальный инновационный фонд (в 2012 г. реорганизован в Национальное агентство по технологическому развитию (НАТР), Национальный центр биотехнологий, Фонд науки, АО «КазАгроИнновация», Фонд национального благосостояния «Самрук-Казына», Национальный

инфокоммуникационный холдинг «Зерде», Назарбаев Университет, Казахстанский институт развития индустрии. В Казахстане для поддержки инновационной деятельности государство использует такие инструменты, как финансирование научных программ, проектное, венчурное финансирование, управленческие технологии, технологическое бизнес-инкубирование, инновационные гранты. С целью развития предпринимательства вообще и инновационного предпринимательства в частности в стране действует Государственная программа «Производительность-2020». Развивается и инфраструктура Национальной инновационной системы. С 2007 г. функционирует Свободная экономическая зона «Парк информационных технологий (ПИТ) Alatau IT City». Технопарки действуют в городах Астана, Алматы, Уральск, Караганда, Шымкент и Усть-Каменогорск. В 2011 году созданы отраслевые Конструкторские Бюро, Казахстано-Французский Центр трансферта технологий, разработана стратегия развития коммерциализации.

Материальная база для инновационного предпринимательства развивается вместе с реализацией Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010-2014 годы, в соответствии с которой модернизируются старые и открываются новые предприятия и производства.

Согласно Карте индустриализации Казахстана будет введено 707 проектов на сумму 11,4 трлн. тенге, в ходе которого будет создано более 218 тыс. рабочих мест на период строительства и более 191 тыс. рабочих мест на период эксплуатации. К 2020 году, по предварительным оценкам, запуск всех этих проектов даст совокупный эффект не менее 7%.

В рамках форсированного индустриально-инновационного развития с 2010 г. реализовано 397 инвестиционных проектов общей стоимостью 1 797 млрд. тенге и создано более 44 тыс. рабочих мест [1].

Однако, несмотря на то, что в Казахстане проводится активная государственная инновационная и инвестиционная политика, поддерживается благоприятный инновационный климат и в целом сложились основы инновационной системы в плане создания правового поля, институциональной среды, инновационной инфраструктуры, темпы

развития инновационного предпринимательства оставляют желать лучшего.

Состояние инновационного предпринимательства в Казахстане учеными-теоретиками и практиками оценивается неоднозначно.

Одни считают, что в ближайшее время вряд ли произойдет мощное развитие инновационной деятельности на уровне предприятий, несмотря на реализацию ГПФИИР. Состояние рынка страны, который до сих пор «хватает» практически любые товары и любого качества, сохранившееся господство производителя над потребителем, монополизм ценообразования в отдельных отраслях – все это не создает условия для инновационного прорыва [2].

Также отмечается, что инновационная деятельность в республике пока не является источником повышения конкурентоспособности страны на мировом рынке, и, несмотря на положительный опыт целого ряда инициатив, заметного прорыва в области инновационного развития экономики страны не произошло [3].

Другие полагают, что важнейшим направлением развития экономики Казахстана является инновационная деятельность, базирующаяся на внедрении новых идей, научных знаний, технологий и видов продукции в различные области производства и сферы управления обществом, и что Казахстан в этом направлении уже имеет результаты. Отмечается, что в стране сформировался единый подход к поддержке инновационной деятельности, который основан на трех основных принципах: реалистичность, эволюционность и комплексность. Реалистичность заключается в том, что через существующие казахстанские реалии перенимается мировой опыт инновационного развития. Эволюционность свидетельствует о том, что развитие идет последовательно, но ускоренными темпами. Комплексность предполагает скоординированность всех мер поддержки и включает в себя не только финансовые, организационные, сервисные меры, но и инструменты, формирующие инновационную ментальность общества. Данную позицию в основном занимают представители институтов развития, органов государственного управления [5].

В целом и тех, и других объединяет то, что они обращаются к имеющимся проблемам в инновационном продвижении и поиску путей и направлений решения этих проблем.

Состояние инновационной деятельности отечественных предприятий иллюстрирует таблица 1.

Таблица 1 – Основные показатели инновационной деятельности казахстанских предприятий

Показатели	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.
Количество респондентов, всего	10392	10591	10889	11172	10096	10937	10723	21452
из них: имеющие инновации	352	505	526	447	399	467	614	1215
уровень активности в области инноваций, %	3,4	4,8	4,8	4,0	4,0	4,3	5,7	5,7
не имеющие инновации	10040	10086	10363	10725	9697	10470	10109	20237
уровень пассивности в области инноваций, %	96,6	95,2	95,2	96,0	96	95,7	94,3	94,3
Доля инновационной продукции в ВВП, %	1,58	1,53	1,19	0,7	0,51	0,66	0,86	1,25
Доля инновационной продукции в общем объеме промышленного производства, %	2,3	2,4	2,0	1,1	0,9	1,2	1,5	2,2
Количество научно-исследовательских, проектно-конструкторских подразделений	677	724	763	745	688	723	793	1015
в них: списочная численность работников, человек	9542	11472	9375	10781	11191	12554	11972

Примечание – Составлено авторами по данным Агентства по статистике Республики Казахстан.

По данным таблицы за исключением кризисных лет в целом наблюдается рост хозяйствующих субъектов, имеющих инновации, растет уровень инновационной активности. Наблюдается также рост количества научно-исследовательских, проектно-конструкторских подразделений предприятий и численности их работников.

Следует отметить, что Казахстан в 2012 году впервые достиг исторического максимума в росте показателей инновационной деятельности. Увеличилось по сравнению с докризисным периодом количество инновационно активных предприятий (в 2007 г. - 526, в 2012 г. – 1215). Возросла доля инновационной продукции в ВВП (в 2007 г. – 1,19%,

в 2012 г. 1,25%), доля инновационной продукции в общем объеме промышленного производства (в 2007 г. – 2,0%, в 2012 г. – 2,2%). Положительная тенденция обусловлена успешными результатами реализации ГПФИИР.

По данным Агентства по статистике уровень инновационной активности предприятий в обрабатывающей промышленности в 2012 году составил 12,5% и, следовательно, уровень пассивности в области инноваций (87,5%) оказался ниже, чем в целом по стране.

Растет и объем инновационной продукции. В 2012 году он составил 379005,6 млн. тенге и по сравнению с предыдущим годом возрос на 60,6%.

В структуре инновационной продукции наибольший удельный вес в 2012 году занимала вновь внедренная или подвергавшаяся значительным технологическим изменениям продукция – 75,8%, продукция, подвергавшаяся усовершенствованию, составила 6,6% и прочая инновационная продукция – 17,5%.

Увеличиваются в целом затраты на технологические инновации. В 2012 году капитальные и текущие затраты на технологические инновации составили 325639,3 млн. тенге (в 2011г. – 194990,9 млн. тенге). При этом, затраты на приобретение машин и оборудования, связанных с технологическими инновациями составили 67,3%, на исследование и разработку новых продуктов, производственных процессов направлено – 12,9%, производственное проектирование, другие виды подготовки производства для выпуска новых продуктов, внедрения новых услуг или методов их производства (передачи) - 4,7%, на приобретение новых технологий – 3,2%.

Анализ основных показателей инновационной деятельности казахстанских предприятий свидетельствует об определенных результатах в инновационном продвижении, но вместе с тем показывает пока еще низкий уровень инновационной активности отечественного предпринимательства.

В 2012 году из 21452 предприятий только 1215 имели инновации. Инновационная активность предприятий Казахстана в 2012 году составила 5,7%, как и в предыдущем году. Данный показатель демонстрирует восприимчивость предприятий к инновационным процессам, которая характеризуется долей активных к инновациям предприятий. Для сравнения на долю инновационно активных предприятий в США приходится около 50%, в Турции – 33, в Венгрии – 47, в Эстонии – 36, в России – 9,1% [3].

В соответствии с Концепцией инновационного развития до 2020 года в качестве одного из целевых индикаторов определено доведение доли инновационно активных предприятий до 50% в 2020 году.

Несмотря на рост инновационно активных предприятий, пока еще низка предпринимательская активность отечественных предприятий в области инноваций. Казахстан сильно зависит от зарубежных разработок и уже внедренных и используемых технологий, что тормозит процесс управления и модернизации своей индустриальной основы. Низка доля инновационной продукции в объеме ВВП, также невысок средний уровень наукоемкости инновационной продукции.

Отраслевая структура экономики Казахстана с доминированием добывающих отраслей и отраслей первичной переработки сдерживает развитие инноваций. Отрасли, преобладающие в казахстанской экономике, отличаются достаточно продолжительным жизненным циклом применяемых технологий, сравнительно стабильным ассортиментом выпускаемой продукции и низкими темпами ее обновления. Поэтому они относятся к мало и среднетехнологическим отраслям. В высокотехнологичных отраслях наблюдается повышенная склонность к инновациям, а, чем шире представлены в экономике наукоемкие отрасли, тем более развита в ней инновационная деятельность.

Наряду с этим общая техническая и технологическая отсталость предприятий, отсутствие действенной связи науки с производством, сырьевая направленность экспорта также не способствуют инновационной активности.

Для повышения инновационной активности отечественных предприятий необходимо формировать механизм экономического стимулирования, в котором важную роль играет налоговое стимулирование - создание льгот и преференций для частного капитала, направляемого в сферу научной и инновационной деятельности. Для активизации инновационной деятельности к тем предприятиям, которые выпускают новую конкурентоспособную продукцию и используют прогрессивные технологии, необходимо применить льготное налогообложение имущества. Так, например, в первый год их деятельности освободить полностью от налога на имущество, во второй год – на 50%, в третий – на 30%, в четвертый – на 20% [5].

Для появления спроса на инновации целесообразно предоставить предприятиям, выпускающим инновационный товар, налоговые каникулы от пяти до десяти лет, освободить или существенно уменьшить налог на добавленную стоимость на выпускаемые отечественные инновационные товары, создать мощную единую рекламную организацию по продвижению отечественных инновационных товаров через средства массовой информации [6].

По материалам института World Economic Forum (Всемирного экономического форума (ВЭФ), Давос, Швейцария) Казахстан по Глобальному индексу конкурентоспособности (ГИК) за 2012-2013 гг. вернулся на 51 место, которое уже занимал несколько лет назад. Это продвижение отражает прогресс во многих сферах, в особенности в макроэкономической стабильности, по которой страна занимает 16-ое место, в технологической готовности, поднявшись с 87-го на 55-ое место. Следует отметить, что в этом году Казахстан впервые участвовал в рейтинге в качестве страны с экономикой переходной от 2-го этапа (этап эффективного развития) на 3-ий этап развития (этап инновационного развития). Но вместе с достигнутым прогрессом сохраняются серьезные проблемы в сфере конкурентоспособности компаний (99-ое место), а также инноваций (103-ое место).

Наиболее проблемными факторами для ведения бизнеса в Казахстане респонденты определили низкую квалификацию работников (17,2%), которая существенно препятствует и активности в области инноваций [7].

Проблема нехватки квалифицированных кадров наблюдается на многих предприятиях страны, среди которых не только производственные предприятия, но и предприятия по оказанию услуг. Так, главным фактором не востребоваемости услуг отечественных инжиниринговых компаний является недостаточная квалификация персонала. Падение престижности инженерной профессии, начавшееся в республике с середины 90-х годов, продолжается и в настоящее время. Наибольшие затруднения в квалифицированных кадрах испытывают крупные компании. Дефицит квалифицированной рабочей силы является проблемой большинства отраслей экономики. Ежегодно в республике остаются вакантными в среднем до 21 тысячи рабочих мест. Наиболее проблемным вопросом в стране является подготовка именно технических кадров. Для реализации Программы по форсированному индустриально-инновационному развитию и Программы «Дорожная карта бизнеса – 2020» дополнительная потребность экономики в кадрах на 2010-2014 годы составляет 287 тысяч человек, из них 59,47 тысяч человек составляют работники с техническим и профессиональным образованием.

В Казахстане охват техническим и профессиональным образованием составляет в среднем по республике 5,8% в профшколах (профлицеях), 14,8% в колледжах. Высшее профессиональное образование не обеспечивает выпуск конкурентоспособных кадров. Это обусловлено рядом обстоятельств:

- слабая связь образования с производством;
- невостребованность высококвалифицированных кадров, что проявляется в низкой материальной и моральной оценке инновационного потенциала и высококвалифицированного труда;
- сама экономика пока не ориентируется на конкурентоспособные кадры с высшим и послевузовским профессиональным образованием и вполне удовлетворяется работниками, подготовленными нынешней системой вузовского образования. Так,

в частном секторе добывающих сфер, а также в сфере первичной переработки природного сырья и материалов эксплуатируется техника и технология повседневного уровня, но не инновационная. Об этом свидетельствует перечень специальностей и специализации технических вузов и университетов республики.

- по утверждению Казахстанской ассоциации «KazEnergy», в нефтегазовом и энергетическом комплексе республики в ближайшие 5-10 лет доля казахстанских сотрудников в инвестиционных проектах будет повышена до 90%. В настоящее время ведется практическое обучение отечественных рабочих кадров иностранными инвесторами. Но даже для покрытия своих потребностей подготовка специалистов крупными нефтегазовыми компаниями далеко недостаточная [8].
- расходы на обучение и подготовку персонала сохраняются на минимальном уровне – 0,6%. Аналогичная ситуация сложилась и в отношении маркетинга. Затраты на маркетинговые исследования в объеме инновационных затрат составили 0,11%. Это означает, что значительное число предприятий ориентируется на выпуск продукции, реализации которой не требует специальных затрат на рекламу и продвижение нового продукта на рынок [3].

Одной из проблем инновационного развития в Казахстане является незавершенность научных исследований, их отрыв от производства, так как проводимые прикладные разработки не имеют продолжения в виде коммерциализации и внедрения в производство.

В качестве факторов, препятствующих повышению инновационной активности предприятий, исследователями выделяются:

- неприемлемые условия инвестирования и кредитования;
- недостаточная платежеспособность заказчиков;
- высокая стоимость нововведений;
- недостаточность собственных финансовых средств;
- невысокая финансовая поддержка со стороны государства.

Все это обуславливает недостаточный уровень затрат на технологические инновации в Казахстане (менее 1% ВВП). В высокоразвитых странах на

науку расходуют более 10% ВВП, а если учитывать затраты на науку частных корпораций и фирм, то эта цифра становится выше.

В середине XX века в Казахстане были созданы и работали научные институты, проводившие глубокие и серьезные научные исследования. Так, благодаря казахстанской науке, в Институте металлургии и обогащения были созданы инновационные технологии, которые в настоящее время широко применяются не только у нас в республике, но и во всем мире. Отечественными учеными-химиками были разработаны инновационные технологии переработки фосфоритов, что вывело Казахстан в лидеры мирового производства фосфорных удобрений. Селекционеры страны создали продуктивные сорта пшеницы, которые позволили Казахстану получать стабильные высокие урожаи пшеницы, несмотря на упадок сельского хозяйства в конце 90-х годов.

Инновации в основном являются продуктом научной деятельности, рождаются в лабораториях ученых в результате многолетней, кропотливой экспериментальной и научной работы. Ведущие страны мира строго следят за сохранностью технологического преимущества и продают другим странам уже устаревшие технологии. Деятельность многочисленных инновационных и венчурных организации и технопарков страны не результативна и обычно сводится к приобретению устаревших технологий и производств [6].

Имеют место системные противоречия, сложившиеся в олигархической форме частной собственности, которая возникла и функционирует на базе некомпетентной и ускоренной приватизации решающих сфер экономики. Крупные предприятия подавляют конкуренцию вокруг себя, стремятся к сохранению рыночной власти на прежнем рынке, а не к открытию новых, к модернизации и совершенствованию прежней продукции ее замены на технологически новую. За все развитие рыночной экономики Казахстана частный бизнес, притом олигархический, не стал движущей силой неоиндустриализации, инноваций и модернизаций [9].

Следует отметить, что высока доля объема инновационной продукции (более 50%), поставленной за пределы страны. Это свидетельствует о

недопоставке инновационной продукции на внутренний рынок или о не востребоваемости этой продукции на внутреннем рынке.

Развитие инновационного предпринимательства, как составной части национальной инновационной системы РК, будет определяться факторами, способствующими или сдерживающими развитие самой национальной инновационной системы.

В качестве основных факторов, сдерживающих развитие национальной инновационной системы страны, выделяют следующие:

- отсутствие координации между институтами развития инноваций и единого центра принятия решений и ответственности;
- хаотичный характер развития инновационной инфраструктуры без учета потребностей реального сектора экономики и выработки конкретной реализуемой стратегии;
- низкая активность предприятий в области инноваций и отсутствие спроса на инновации;
- слабая связь науки, образования и бизнеса;
- высокая стоимость капитала, сдерживающая инвестирование инноваций;
- неразвитость рынка венчурного капитала для финансирования инновационных малых компаний, острая нехватка специалистов по венчурному управлению;
- отсутствие анализа передовых технологий в мире и возможностей их использования в Казахстане, инновационно активные предприятия не ориентированы на подхват (catching-up) современных зарубежных технологий.

Высказываются мнения об использовании средств отечественных пенсионных фондов, страховых компаний, банков в инновационном секторе экономики и проблемой здесь является несовершенство соответствующей законодательной базы. Следует отметить, что ни в одной развитой стране нет отдельного Закона о венчурной деятельности, специальных законов, регулирующих венчурную деятельность. В Казахстане их тоже нет, и считается, что для развития в стране венчурного финансирования не нужен отдельный закон. Во многих странах одним из

главных источников венчурного капитала выступают банки, определяющие краткосрочные инвестиционные горизонты. В использовании венчурного капитала в качестве законного вида активов имеет основание рассматривать таких долгосрочных инвесторов как пенсионные фонды и страховые компании. Но сегодня в Казахстане нормативно-правовая база исключает их из венчурной деятельности.

В американской концепции имеет место такое понятие как *accredited investor*, то есть лица, обладающие достаточным опытом и состоянием, чтобы приобретать нерегулируемые высокорисковые ценные бумаги. В США венчурные фонды размещаются именно среди таких инвесторов. На этой основе они освобождаются от государственного регулирования, направленного на защиту прав инвесторов, и вся тяжесть по оценке качества инвестиционного проекта ложится на плечи самих партнеров. В Казахском законодательстве отсутствует подобное понятие. Многие венчурные фонды для эффективной работы в Казахстане создаются в оффшорных зонах [6].

Таким образом, повышение уровня отечественного инновационного предпринимательства, активизация его деятельности требует решения многих проблем, связанных с развитием инновационной среды, подготовкой востребованных квалифицированных специалистов, стимулированием, финансированием, регулированием инновационной деятельности, с дальнейшим формированием законодательной базы инновационной модели экономики.

Список литературы:

1. Послание Президента Республики Казахстан - Лидера нации Нурсултана Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050» - новый политический курс состоявшегося государства» от 14.12.2012 г.
2. Баймахамбетова Г.И. Зарубежный опыт инновационной политики государства // Транзитная экономика. – 2011. – № 3-4. – С.17-21.
3. Сулейменов Е. Состояние инновационного развития в Казахстане // <http://elementmag.kz/?p=617>
4. Жакупова Л. НИФ: идеи, результаты, планы // Деловой мир. – 2011. – № 5-6. – С. 28-29.
5. Нурмуратова Л.С. Развитие инновационных процессов в Республике Казахстан // Аль Пари. – 2011. - № 2-3. – С. 8-12.

6. Гильманов М. Об инновациях – истинных и мнимых // Мысль. – 2012. – № 1. – С. 53-55.
7. Казахстан в Отчете о глобальной конкурентоспособности 2012-2013 Всемирного экономического форума // <http://gtmarket.ru/news/2012/09/05/4949>.
8. Кошанов А. Рабочие кадры – резерв роста человеческого капитала // Мысль. – 2012. – № 1. – С. 47-52.
9. Кошанов А. Индустриально-инновационные вызовы глобализации // Мысль. – 2012. – № 9. – С. 38-43.

СОВРЕМЕННЫЕ АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ДАННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

КРИВКО С. Р., ТЕЛЕНКОВА О. В., ВОВЧЕНКО А. В., МАРЧЕНКОВА Е. Р.

РОССИЯ, РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА

MODERN AUTOMATED METHODS FOR ASSESSING THE QUALITY OF PUBLIC SERVICES BASED ON DATA ANALYSIS OF SOCIAL NETWORKS

KRIVKO S.R., TELENKOVA O.V., VOVCHENKO A.V., MARCHENKOVA E.R.

RUSSIA, RUSSIAN STATE UNIVERSITY OF TOURISM AND SERVICE

Аннотация: изучены возможности и потенциал использования данных о мнениях пользователей социальных сетей о востребованности и качестве услуг электронного правительства, проведен анализ распределения публикаций в мировом репертуаре научных периодических изданий по теме исследования

Abstract: studied the possibilities and the potential of using data on the views of users of social networks on the uptake and quality of e-government services, the analysis of the distribution of publications in international scientific periodicals repertoire Related research

Ключевые слова: информационное общество, электронное правительство, мнение пользователей социальных сетей

Keywords: information society, e-government, the views of users of social networking

Программы «информационного общества» и «электронного правительства», во многих странах стали драйверами инновационного развития. В частности произошли качественные изменения институтов не только управления (проекты «электронного государства»), но и образования, здравоохранения, сферы культуры, повысилось качество среды обитания, что позволило гражданам на практике ощутить выгоды использования государством инновационных технологий. Однако не везде и не всегда внедрение «электронного правительства» приносит ожидаемый эффект. Поэтому научные и прикладные исследовательские проекты в этом направлении стали актуальны начиная с 2000-х годов, когда задачи построения «информационного общества» и «электронного государства» перешли из сферы теории к практике реализации.

Переход на предоставление государственных услуг в электронном виде является важным компонентом программ создания «электронного правительства». Но следует подчеркнуть, что задачи формирования «электронного правительства» не сводятся только к реализации электронных услуг, а имеют важные компоненты, связанные с необходимостью создания системы межведомственного и межуровневого взаимодействия, а также обеспечения легитимности административных процессов в электронной среде и надежной идентификации участников информационного обмена, в том числе граждан.

Приступая к изучению возможностей и потенциала использования данных о мнениях пользователей социальных сетей о востребованности и качестве услуг электронного правительства, был проведен анализ распределения публикаций в мировом репертуаре научных периодических изданий.

Ниже представлен библиометрический анализ, основанный на данных о динамике и тематическом распределении научных статей, полученных из системы Web of Science [1]. Видим устойчивый рост, который показывает тематика «электронное государство» (E-Government) – всего за период с 2000 по 2012 гг. было опубликовано более 3000 статей в рецензируемых журналах (рис. 1).

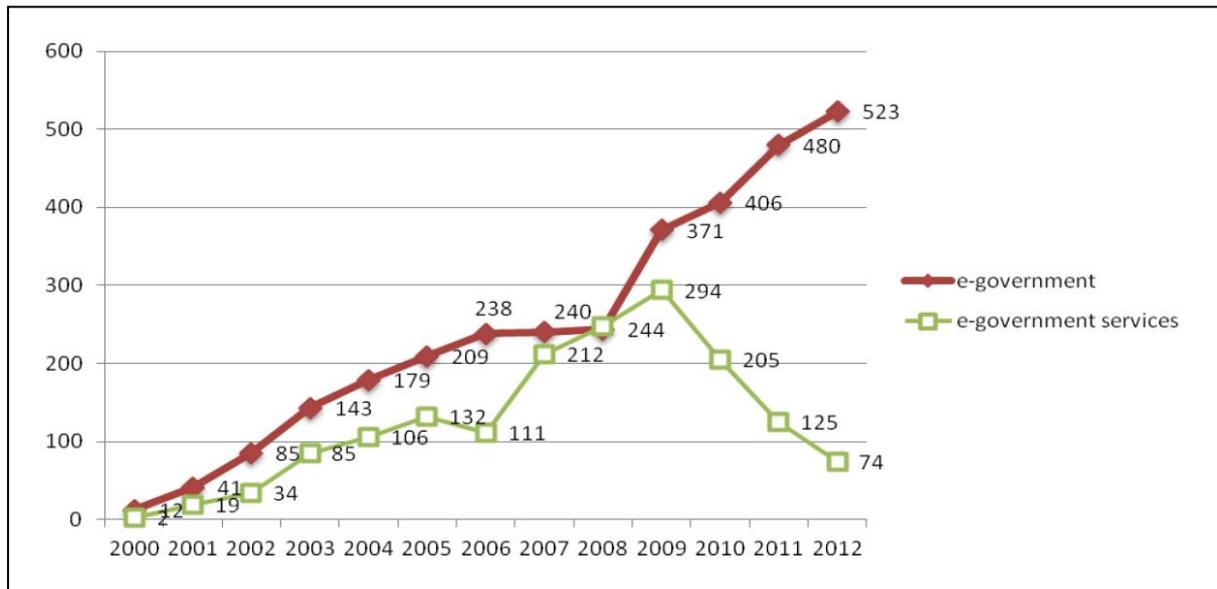


Рисунок 1 - Распределение научных статей по темам «электронное государство» (E-Government) и «услуги электронного правительства» (E-Government Services). По данным Web of Science, 2000 – 2012 гг.

Анализ распределения статей по более узкой теме – «услуги электронного правительства» (E-Government Services) показывает, что при достаточно значительном количестве публикаций (1650 статей) виден всплеск интереса к данной теме в 2007 – 2009 гг. и постепенное уменьшение общего количества научных публикаций, начиная с 2010 года

Характерно, что в 2008 году все статьи, которые в системе Web of Science соотносятся с темой «электронное государство» были посвящены исследованию различных аспектов реализации «электронных услуг» (пересечение двух линий на графике, представленном в рис. 1).

Выявленный спад интереса к тематике «услуги электронного правительства» в мировой научной периодике вполне закономерен, т.к. программы реализации базовых технологических компонентов электронного правительства в ведущих странах мира (США, Канада, Япония, Южная Корея, страны Евросоюза) фактически завершились именно в 2008 – 2009 гг. и после этого наступил не простой период расширения использования электронных услуг в жизни конкретных сообществ и институциональном взаимодействии государственных структур. В 2009 – 2010 гг. стало понятно, что простой «запуск»

электронных услуг не может автоматически решить многих проблем формирования «электронного государства» и повышения эффективности функционирования структур управления.

Тем самым, на наш взгляд, перемещение интереса с темы внедрения «электронных услуг» к другим тематикам развития «электронного государства», вполне закономерен.

Наибольшее количество публикаций по теме «услуги электронного правительства» принадлежат ученым из Китая, США и Греции (табл. 1).

Публикационная активность ученых разных стран коррелирует с проводимыми международными мероприятиями по пробелам электронного правительства.

Для уточнения тематической направленности статей, относящихся к «электронным услугам», был проведен анализ динамики публикационной активности в предметных областях, составляющих более 1% в общем объеме публикаций с разбивкой на 2 временных отрезка: 2000 – 2006 гг. и 2007 – 2012 гг. в соответствии с общим трендом, изображенном на рис.1.

В среднем число опубликованных статей во втором периоде более чем в 3 раза превышает количество публикаций до 2006 г., поэтому для анализа использовались относительные данные (доля предметной области в общем количестве публикаций в конкретный период). Результаты распределения по предметным областям представлены в рис.2.

Анализ публикаций по теме «услуги электронного правительства» в разрезе предметных областей показывает, что во второй период (2007 – 2012 гг.) направленность научных статей сместилась от «Информатики» (42,7 % в первом периоде и 22,6 % во втором) к инженерным наукам (19,4% во втором периоде).

Таблица 1 - Распределение научных статей в тематике «услуги электронного правительства» по странам, 2000-2012 гг., Источник: Web of Science

Страна	Кол-во публикаций	Доля в общем объеме, в %	Страна	Кол-во публикаций	Доля в общем объеме, в %
Китай	279	16.909 %	Новая Зеландия	10	0.606 %
США	176	10.667 %	Таиланд	10	0.606 %
Греция	113	6.848 %	Литва	9	0.545 %
Англия	107	6.485 %	Венгрия	8	0.485 %
Италия	88	5.333 %	Португалия	8	0.485 %
Нидерланды	69	4.182 %	Иордания	7	0.424 %
Австралия	64	3.879 %	Россия	7	0.424 %
Германия	55	3.333 %	ОЭА	7	0.424 %
Испания	49	2.970 %	Дания	6	0.364 %
Тайвань	47	2.848 %	Мексика	5	0.303 %
Южная Корея	42	2.545 %	Польша	5	0.303 %
Австрия	40	2.424 %	Аргентина	4	0.242 %
Швеция	29	1.758 %	Ботсвана	4	0.242 %
Канада	28	1.697 %	Эстония	4	0.242 %
Малайзия	26	1.576 %	Люксембург	4	0.242 %
Швейцария	25	1.515 %	Северная Ирландия	4	0.242 %
Ирландия	20	1.212 %	Сербия	4	0.242 %
Словения	20	1.212 %	Словакия	4	0.242 %
Турция	20	1.212 %	Индонезия	3	0.182 %
Бразилия	19	1.152 %	Латвия	3	0.182 %
Румыния	19	1.152 %	Македония	3	0.182 %
ЮАР	19	1.152 %	Намибия	3	0.182 %
Индия	18	1.091 %	Оман	3	0.182 %
Иран	18	1.091 %	Пакистан	3	0.182 %
Сингапур	18	1.091 %	Шри Ланка	3	0.182 %
Норвегия	17	1.030 %	Чили	2	0.121 %
Япония	16	0.970 %	Хорватия	2	0.121 %
Шотландия	16	0.970 %	Кипр	2	0.121 %
Уэльс	15	0.909 %	Израиль	2	0.121 %
Франция	13	0.788 %	Кения	2	0.121 %
Бельгия	12	0.727 %	Марокко	2	0.121 %
Чехия	11	0.667 %	Нигерия	2	0.121 %
Египет	11	0.667 %	Филиппины	2	0.121 %
Финляндия	10	0.606 %	Катар	2	0.121 %

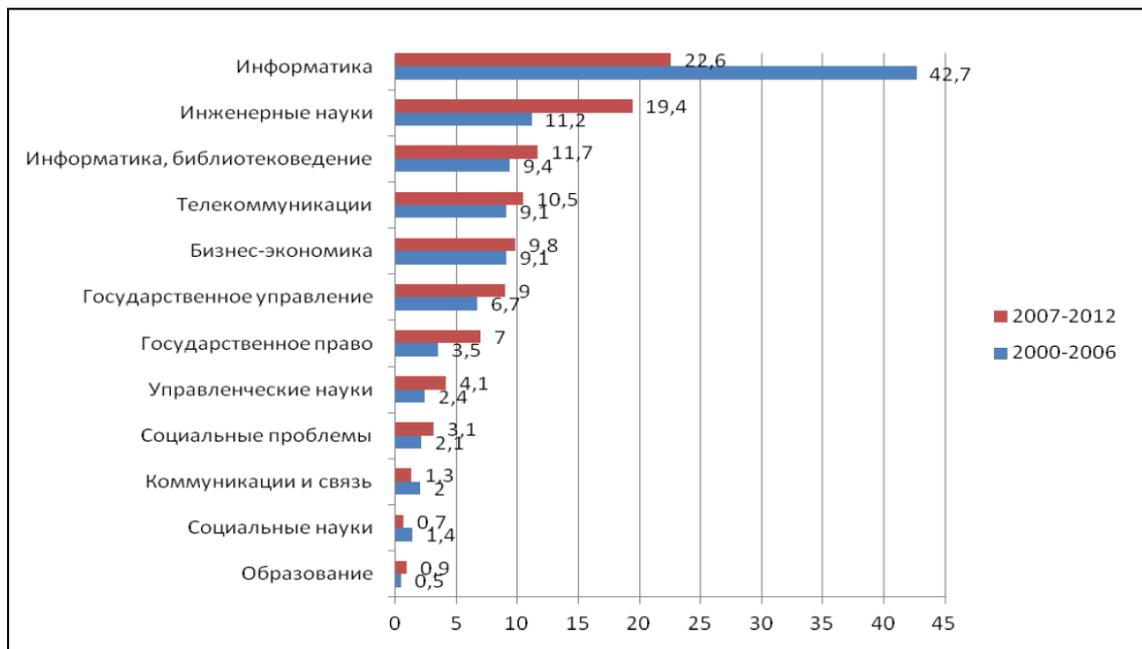


Рисунок 2 - Распределение научных статей по теме «услуги электронного правительства» по наиболее популярным предметным областям (в % по двум этапам, 2000 – 2006, 2007 –2012 гг., источник: Web of Science)

Анализ мировой и ответственной исследовательской практики в области востребованности услуг электронного правительства применительно к задачам данного проекта позволяет выделить два основных направления:

- исследование «повестки дня» в области услуг электронного правительства, развития технологий оказания услуг, тех процессов, как развиваются технологии предоставления услуг, что является доступным для граждан;
- исследование обсуждаемости услуг электронного правительства в сети интернет, публикаций пользователей в блогах и социальных сетях, эффективности этих публикаций, оценки мнений граждан; т.е. того, как граждане оценивают предоставляемые услуги.

Рассмотрим каждое из направлений подробнее, акцентируя внимание на доминирующих аспектах изучения, а также применяемых количественных и качественных методах.

1. Исследование «повестки дня» в области услуг электронного правительства, развития технологий оказания услуг

В мировой практике имеется довольно много систем мониторинга и оценки уровня развития информационного общества и электронного правительства, направленных на анализ как количественных, так и качественных характеристик данного явления.

Оценка уровня готовности стран мира к использованию электронного правительства осуществляется в рамках деятельности Департамента экономического и социального развития ООН, регулярно публикующего отчеты (E-Government Readiness Report) [2], представляющие потенциал и возможности развития этих технологий в 191 стране мира.

В этом рейтинге существует отдельный показатель, оценивающий развитие онлайн-услуг органов власти, при этом сама оценка производится на основе веб-мониторинга сайтов федеральных органов власти.

Индекс электронных услуг имеет 4 направления оценки (в соответствии с 4 стадиями развития электронного правительства) и содержит вопросы, касающиеся:

- начального информационного присутствия в сети (emerging online presence);
- расширенного информационного присутствия в сети и оказания электронных услуг (enhanced presence);
- оказания услуг на основе электронного взаимодействия (transactional presence);
- электронных услуг, объединяющих как правительственные структуры между собой, так и обеспечивающих вовлечение граждан в деятельность государственных органов (connected presence) (табл. 2).

Долгое время Россия занимала низкие позиции в данном рейтинге (58-е место в 2003 г., 52-е - в 2004 г., 59е - в 2010 г.), но в последнем рейтинге 2012 года поднялась на 27 место (табл. 3) [3].

Таблица 2 - Параметры оценки подындекса электронных услуг в рейтинге развития электронного правительства (UN e-Government Survey 2010 - 2012)

Стадия 1. Начальные информационные услуги	Правительственные сайты содержат информацию о государственной политике, законах, необходимых документах и формах государственных услуг. Они связаны с сайтами министерств, департаментов и других ветвей власти. Граждане имеют возможность легко получать новую информацию о деятельности органов власти, и также иметь доступ к архивным сведениям.
Стадия 2. Расширенные информационные услуги	Сайты органов власти предоставляют возможности расширенной односторонней коммуникации или простейшей двусторонней коммуникации между органами власти и гражданами, такие как возможность скачивания форм бланков документов, необходимых для получения государственных услуг. Сайт имеет функции аудио-видео, имеет версии на различных языках. По ограниченному набору услуг имеется возможность предоставления запросов неэлектронных форм или персональной информации, которые могут быть доставлены им почтой.
Стадия 3. Услуги на основе электронного взаимодействия	Сайты органов власти вовлечены в двустороннюю коммуникацию с гражданами, включая запросы и получения доступа материалам государственной политики, программам, постановлениям и т.д. Для некоторых видов обмена предусмотрена форма электронной идентификации. Сайты органов власти позволяют осуществлять некоммерческие транзакции, например, электронное голосование, загрузка форм и бланков, заполнение налоговых деклараций, возможность приложения сертификатов, лицензий, разрешений. Они также обрабатывают коммерческие операции.
Стадия 4. Объединенные электронные услуги.	Сайты органов власти меняют способ общения с гражданами. Они запрашивают информацию и мнения от граждан, используя технологии Web 2.0 и другие интерактивные инструменты. Электронные услуги и электронные решения обеспечивают неразрывный обмен информацией между министерствами и ведомствами. Информация, данные и знания распространяются правительством через интегрированные приложения. При оказании услуг акценты сдвигаются от ориентации на нужды государства, на потребности гражданина, когда электронные услуги оказываются гражданам на протяжении всей жизни. При этом услуги предоставляются с учетом специфических потребностей определенных групп населения. Правительства создают условия, при которых граждане могут быть более вовлечены в деятельность государственных органов для того, чтобы иметь реальную возможность влиять на принятие решений.

По результатам последнего рейтинга ООН, ситуация с развитием электронного правительства в Российской Федерации находится в прогрессивной стадии, что позволило исследователям обозначить существенные положительные сдвиги.

Вместе с тем, реальное положение дел в России не является столь прозрачным: единая система межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ) до сих пор не объединила все 83 региона с федеральными органами власти, оказание государственных услуг в электронном виде не производится, а по оценкам фонда «Общественное мнение», к электронным услугам реально прибегают лишь 6% населения страны.

Таблица 3 - Показатели индекса развития электронного правительства в Российской Федерации (UN e-Government Survey 2003 - 2012)

Год публикации отчета	2012	2010	2008	2005	2004	2003
Год сбора статистических данных, представленных в отчетах	2011	2009	2007	2004	2003	2002
Значение индекса	0,7345	0,5136	0,5120	0,5329	0,5017	0,4430
Место России в рейтинге	27	59	60	50	52	58
Подындексы:						
- развития электронных услуг	0,6601	0,3302	0,3344	0,4538	0,3900	0,2230
- телекоммуникационной инфраструктуры	0,6583	0,2765	0,2482	0,1947	0,1852	0,1850
- человеческого капитала	0,8850	0,9397	0,9589	0,9500	0,9300	0,9200

Очевидно, что данные критерии оценки не способны отражать картину, адекватную действительности.

В дополнении к международным интегральным показателям существуют методики оценки отдельных компонентов развития электронного правительства, в частности оценки электронных государственных услуг. Компанией Sargemini была разработана Система индикаторов для измерения уровня развития электронных услуг в странах Европейского Союза. Методика была разработана в 2000 г. Определен перечень базовых

электронных услуг (12 - для населения, 8 – для бизнеса) – позиции оценки предоставления услуг в странах ЕС. В основе лежит шкала из 5 уровней: отсутствие электронной услуги (0) и наличие электронной услуги по уровням (от 1 до 4) усовершенствования онлайн-электронных услуг.

Американский исследователь Ю.Чен [4] анализировал электронные услуги в контексте изучения проблем межведомственного взаимодействия. В своей статье он описывает использование гражданами систем информационных служб общественных организаций. В качестве примера такой системы является наиболее распространенная на местном уровне система- 311. В такой системе граждане имеют единый номер телефона, при помощи которого они могут запрашивать информацию о работе правительства и предоставляемых услугах. Такая система смягчает информационное неравенство, и обеспечивает многоканальность доступа к информации и услугам.

По мнению авторов, электронное правительство находится в критической стадии. Эмпирические исследования, в частности, основанные на опыте Соединенных Штатов, показывают, что, в частности, при принятии решений на местном уровне достигнут совсем небольшой прогресс. Автор пишет о том, что электронное правительство до сих пор не раскрыло свой потенциал в сфере предоставления услуг, за исключением нескольких популярных онлайн-сервисов. Кроме того, вовлечение граждан в разработку политических решений - еще более медленный прогресс. В исследовании, электронное правительство рассматривается как правительство, центральным звеном которого, является гражданин, причем основное внимание сосредотачивается на организационных условиях интегрированных сервисных информационных систем. В ходе исследования анализируются системы принятия решений, в результате чего автором предлагается переход к следующему уровню электронного правительства, ориентированному на учет мнений граждан. Исследование выявило существующую проблему организации межведомственного взаимодействия. По мнению автора, для того чтобы прийти к услугам, ориентированным на граждан, необходимо обратить внимание на проблемы, связанные с интеграцией информации и услуг, традиционно находящихся в разных ведомствах.

На современном этапе фокус исследований развития технологий электронного правительства и его эффективности смещается в сторону экспертных оценок, которые могут наиболее полно отразить текущее состояние проблем и построить на его основе прогнозные модели развития.

В России еще нет перечня, аналогичного странам Европейского союза для оценки электронных услуг, но есть перечень первоочередных услуг для перевода в электронный вид, а в 2011 году был составлен перечень из 14 услуг для межведомственного электронного взаимодействия.

В настоящее время идут дискуссии по вопросу, насколько интегральные индексы и рэнкинги стран позволяют получить объективную оценку уровня развития электронных услуг. В качестве отрицательных факторов, которые влияют на объективность интегральных индексов, обозначаются следующие:

- ограниченность набора показателей;
- превалирование статистических показателей;
- пригодность в основном для межстрановых сопоставлений и невозможность использования для оценки состояния дел в конкретной стране.

Тенденция к использованию подобных методик существует и в России. С 2008 – 2010 гг. в России были осуществлены три проекта по разработке и опробованию методик мониторинга уровня развития информационного общества и электронного правительства на основе комплексного подхода, сочетающего использование данных статистики с данными социологических исследований и экспертными оценками. В ходе выполнения этих проектов были получены важные результаты, однако, к сожалению, разработанные методики не были признаны в качестве инструмента государственной политики в этой сфере. Два проекта были реализованы в 2008 и 2010 годах Институтом статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ по заказу Минкомсвязи России, третий в 2009 – 2010 гг. Центром технологий электронного правительства НИУ ИТМО по заказу Комиссии по информационной политике Совета Федерации РФ. Основным фактором, который создал барьеры перед

применением разработанных методик на практике, стала неготовность российских властей применять для целей мониторинга сложные методики, требующие целенаправленной работы по сбору и обобщению большого набора показателей на региональном уровне. Этот подход и в настоящее время препятствует созданию в России научно-обоснованной системы регулярного мониторинга развития электронного правительства в региональном разрезе.

Безусловно, проведение комплексных исследований является трудоемкой и сложной задачей к исполнению. Центр технологий электронного правительства (Санкт-Петербург) с 2009 г. организовал проведение экспертных опросов о развитии электронного правительства в России. На протяжении четырех лет масштаб исследования увеличивался, и в ходе исследования в 2011 г. по специализированной анкете были опрошены 66 экспертов из числа сотрудников органов власти, занимающихся развитием электронного правительства, экспертов IT-компаний, сотрудничающих с госсектором, представителей научно-образовательных и некоммерческих организаций [7]. По результатам исследования был составлен рейтинг наиболее острых проблем и барьеров в развитии электронного правительства в России, а также предложены пути их решения. В 2012 году серия экспертных опросов была дополнена исследованием о развитии электронного правительства на пространстве СНГ.

Список литературы:

1. Web of knowledge. Электронный ресурс: <http://apps.webofknowledge.com>
2. United Nations e-Government Surveys. Электронный ресурс: [http://www.unpan.org/Home/tabid/1243/language/Library/MajorPublications/UNE GovernmentSurvey/tabid/646/language/en-US/Default.aspx](http://www.unpan.org/Home/tabid/1243/language/Library/MajorPublications/UNE%20GovernmentSurvey/tabid/646/language/en-US/Default.aspx)
3. Бершадская Л.А., Чугунов А.В. Оценка развития онлайн-услуг государственных услуг: возможности применения методики ООН к российской специфике // Интернет и современное общество: Сборник научных статей. Материалы XIV Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество». Санкт-Петербург, 12 – 14 октября 2011 г. — СПб., 2011. С. 155 – 163.
4. Chen Y.C. Citizen-Centric E-Government Services: Understanding Integrated Citizen Service Information Systems// Social Science Computer Review. — 2010. —Vol. 28.№ 4. P. 427-442.

5. Roadmapping eGovernment Research. Visions and Measures towards Innovative Governments in 2020: Results from the EC-funded Project eGovRTD2020 / Codagnone C., Wimmer M. (Eds.). — 2007.
6. Wimmer M.A. Integrated service modeling for online one-stop Government // Electronic Markets— 2008. — Vol.12 (3). — P.1-8.
7. Bershadsкая L., Chugunov A., Trutnev D. Monitoring Methods of e-Governance Development Assessment: Comparative Analysis of International and Russian Experience // 6th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance (ICEGOV2012). —2012.

ДИНАМИКА ФОРМИРОВАНИЯ СТЕРЕОТИПОВ В ИНТЕРНЕТЕ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)

НАХОДКИНА А.А.

РОССИЯ, СЕВЕРО-ВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

DYNAMICS OF STEREOTYPES ON THE INTERNET BY EXAMPLE SAKHA REPUBLIC (YAKUTIA)

NAKHODKINA A.A.

RUSSIA, NORTH-EASTERN FEDERAL UNIVERSITY

Аннотация. В данной статье представлен анализ изменений традиционных представлений о Республике Саха (Якутия) в современном информационном обществе. Сбор данных осуществлялся в сети Интернет, благодаря чему охват опрошенной аудитории оказался широким. Интернет анкетирование было выбрано как наиболее релевантное, вызывающее высокую степень доверия. В ходе опроса мы убедились в существовании определенной динамики развития стереотипных представлений о Якутии, из которых наиболее устойчивыми оказались климатические, географические. Исследование, на наш взгляд, имеет высокую прикладную значимость и может быть использовано для изучения факторов, влияющих на развитие стереотипного представления о республике.

Abstract. In this paper we analyze changes of traditional image of the Republic of Sakha (Yakutia) in nowadays information society. Data was collected on the Internet and due to this the coverage of respondents was wide. Internet survey was chosen as the most relevant as it deserves a high degree of confidence. During the process of survey we ensured that some dynamics of stereotypes' formation about Yakutia do really exist, the most stable stereotypes were about climate and geography. In our opinion this study is of high importance and can be applied to the study of factors that affect the development of Republic's image.

Ключевые слова: стереотип, интернет-анкетирование, образ, респондент.

Keywords: stereotype, online survey, the image, respondent.

В нашем интернет-анкетировании приняло участие 566 жителей из 20 государств мира, включая Россию, США, Европу, страны Латинской Америки, АТР, Ближнего Востока, Индия и т.д. Из них 151 человек (27%) какое-то время находились в Республике Саха (Якутия). В исследовании участвуют представители обоих полов: женщин - 258 (45,5%), мужчин - 308 (54,5%). Средний возраст участников составил от 18 до 25 лет. Образовательный статус респондентов сводится к неполному высшему и оконченному высшему. Владение иностранными языками:

- английский язык - 473 респондента;
- испанский язык - 241 респондент;
- французский язык - 149 респондентов;
- русский язык - 103 респондента;
- китайский язык - 71 респондент;
- японский язык - 69 респондентов.

413 (72%) из 566 участников знает о существовании Республики Саха (Якутия). Это, прежде всего, страны Европы и АТР. Очевидно, причина в относительно тесных контактах республики с вышеназванными регионами на политическом, культурном, образовательном уровне.

Соответственно, можно предположить, что среднестатистический участник анкетирования - это женщина/мужчина в возрасте от 18 до 25 лет, студент вуза, либо специалист с высшим образованием.

Поскольку вопрос анкеты № 14 (*Укажите 10 ассоциаций, возникающих у Вас при упоминании Республики Саха (Якутия)*) определяет результат исследования, рассмотрим подробнее ответы респондентов, объединив их по географическому признаку и распределив ответы согласно факту непосредственного пребывания участников на Якутской земле (группа 1 – респонденты, не посетившие Республику, группа 2 - респонденты посетившие Республику), предоставив по 7 наиболее часто приводимых ассоциаций от каждой группы.

Россия

В анкетировании от России приняло участие 87 человек.

Группа 1 (36 человек) - *мороз, снег, алмазы, олени, зима, меха, Виктория Дайнеко;*

Группа 2 (51 человек) - *знакомые люди, азиатские черты лица, алмазы, серый цвет, удаленность, дома на сваях, национальная одежда.*

Для респондентов из России характерны ассоциации по климатическим и географическим признакам. За ними следуют культурные факторы. Это говорит о сильном влиянии СМИ.

Необходимо отметить также, что российские респонденты указали ассоциации, не приведенные ни одним из участников зарубежного государства - *национализм и шовинизм*. Частотность употребления составила 16% и 14% соответственно. Возможно, числа покажутся не столь велики, однако, стоит заметить, что слово «тундра» приводилось в 1,5 реже (10%). Что может быть тому причиной? Поскольку 73% респондентов, указавших данные ассоциации, также сослались на «знакомого человека», можно предположить, что такой стереотип складывается под влиянием рассказов, личных бесед, часто не соответствующих действительности. Людям свойственно преувеличивать. Это особо заметно на примере низкой температуры, когда якутяне за пределами республики с гордостью называют температуры, в реальной жизни при которых выжить чрезвычайно сложно.

Европа

- В анкетировании от европейских государств (6 стран) приняло участие 138 человек.
- Группа 1 (73 человека) - *удаленность, зима, снег, ГУЛАГ, олени, варган, собачьи упряжки;*
- Группа 2 (65 человек) - *азиатские черты лица, национальная одежда, алмазы, холод, большая территория, дома на сваях, волосы темного цвета.*

США

- В анкетировании от США приняло участие 46 человек.
- Группа 1 (29 человек) - *снег, холод, реки, леса, животные, ГУЛАГ, добыча полезных ископаемых;*
- Группа 2 (17 человек) - *азиатские черты лица, мерзлота, варган, Якутск, удаленность, самолеты, солнце.*

Можно предположить, что респонденты из Европы посетили Якутию зимой, так как среди их ассоциаций доминируют *darkness, gray, snow, cold* (темнота, серый цвет, снег, холод – пер. с англ.).

Мы решили объединить результаты данных двух групп, поскольку ассоциации, данные их представителями, имеют много схожих черт.

Цифры показывают, что респонденты строят свои представления о Республике согласно географическим, экономическим, историческим признакам. Участники стран Европы показывают знания истории и культуры региона. Респонденты США определяют Якутию прежде всего по географическому признаку.

Страны АТР

- В анкетировании от АТР (4 страны) приняло участие 79 человек.
- Группа 1 (49 человек) - *снег, зима, большая территория, алмазы, якуты, меха, горы;*
- Группа 2 (30 человек) - *азиатские черты лица, сувениры, жара, природа, варган, унты, река.*

Очевидно, участникам из стран АТР знакома якутская культура, поскольку в их ассоциациях преобладают музыкальные инструменты, национальная одежда, типичные сувениры. Необходимо напомнить также, что летом 2004 года в Якутске, столице Республики Саха (Якутия), проходили Ш Международные спортивные игры «Дети Азии». Этот факт подтверждает глубокие знания жизни народа Республики, поскольку многие из опрошенных лично посетили регион.

Страны Южной и Центральной Америки

- В анкетировании от стран Южной и Центральной Америки (5 стран) приняло участие 155 человек.
- Группа 1 (149 человек) - *удаленность, Россия, холод, снег, зима, ГУЛАГ, Сибирь;*
- Группа 2 (6 человек) - *знакомые люди, азиатские черты лица, природа, холод, солнце, меха, сувениры.*

Страны Центральной и Южной Америки удалены на значительное расстояние от Республики Саха (Якутия), в связи с чем большинство респондентов (84%) не знали о ее существовании. Однако, сведения о том, что Якутия находится на северо-востоке России позволили им привести вполне адекватные ассоциации, схожие с остальными.

Израиль

- В анкетировании от Израиля приняло участие 39 человек.
- Группа 1 (38 человек) - *мороз, олени, алмазы, мерзлота, снег, меха, удаленность;*
- Группа 2 (1 человек) - *якутский язык, пустырь, большие расстояния, азиатские черты лица, меха, варган, бубен.*

Респонденты из Израиля, как и многие другие, оценивают, прежде всего, климатические и географические особенности региона.

Индия

- В анкетировании от Индии приняло участие 12 человек.
- Группа 1 (8 человек) - *мороз, снег, алмазы, олени, Сибирь, удаленность, юрты;*
- Группа 2 (4 человека) - *снег, солнце, мороз, хомус, унты, азиатские черты лица, самолеты.*

Респонденты из Индии также представляют Якутию далеким снежным сибирским краем, богатым алмазами и оленями.

На посетивших, очевидно, произвело впечатление яркое зимнее солнце при сильном морозе.

В вводной части к анкете мы рекомендовали участникам изучить материалы такого Интернет сайта, как <http://www.sitc.ru>. Приведем описание данного ресурса.

Республиканский информационный культурно-образовательный сервер <http://www.sitc.ru> создан на базе Интернет-центра Якутского государственного университета. Его рубрики «Образование», «Культура», «Наука», «Театры и цирк», «Музеи», «Наследие», «Общество», «Выставки», «Конкурсы», «Мода», «Музыка» дают полное представление о событиях, происходящих как в столице, так и по всей Республике.

Как видно из web-статистики, чаще посещают сайт жители Республики, россияне. За ними следуют Польша, Япония, Кыргызстан, Украина, Бразилия, Эстония, Канада и др.

Как видно, жители самых разных стран регулярно читают материалы сайта. Это позволяет надеяться на некоторые изменения в их представлении о Якутии.

Представим изменения в ассоциациях, полученные после ознакомления респондентов с интернет-сайтами, в процентном соотношении.

- *Мороз* — 4,3%
- *Удаленность* — 67,1%
- *Снег* — 0,4%
- *Алмазы* — 14,5%
- *Азиатские черты лица* — 93,4%
- *Меха* — 24,8%
- *Олени* — 18,1%

Наибольшие изменения претерпели ассоциации, связанные с географическим положением Республики, внешним видом местного населения, местным колоритом - меховой одеждой. Интересно, что на 18% меньше употреблено слово *олени*. Совершенно очевидно, что стереотип Якутии, как страны оленеводов практически сошел на нет. Мы связываем это явление с тем, что на республиканских сайтах статей, посвященных оленеводству, немного. На основе приведенных данных

можно сделать выводы о том, что стереотип о Республике Саха (Якутия) имеет общие черты со стереотипами северных народов (*олени, холод, снег*), частично ложными по отношению к якутскому народу, поскольку оленеводством коренные якуты никогда не занимались.

Осталось ответить на вопрос, насколько устойчивы исследуемые стереотипы? Для этого мы вычислили коэффициенты корреляции между оценками Республики Саха (Якутия) на материале опроса, проводимого до и после ознакомления респондентов с материалами Интернет сайтов.

Как видно выше, из семи стереотипов лишь для одного оценка коэффициентов корреляции оказалась отрицательной.

Наиболее устойчивыми оказались стереотипы, связанные с климатическими особенностями региона. Это объясняется географическим положением региона.

Наиболее значительные изменения в ассоциациях демонстрируют жители Латинской Америки. Совершенно очевидно, что Якутия далека для них не только в географическом плане. Им чужд климат, культурные реалии. Однако изученные материалы помогли восполнить пробел и составить свой образ Якутии, близкий к реальному.

Большое влияние на формирование стереотипа оказывает телевидение, новостные ленты web-ресурсов, фотографии, демонстрирующие зимние холода и местных жителей в национальной одежде. По приезду в республику этот образ лишь усиливается - туристические центры, сувенирные лавки старательно поддерживают имидж холодной северной страны. В то время как социологические службы не предпринимают попыток определить наиболее точный стереотип республики с целью изменения имиджа республики в лучшую сторону.

Наше исследование показало, что динамика в развитии стереотипов присутствует. Она невелика, но уже ее наличие указывает на то, что стереотипы можно менять. Для этого требуется время, рациональный подход и тщательно продуманный материал. Мы живем в открытом информационном обществе, в котором практически не существует границ между государствами. При таком тесном общении увеличивается объем

информации о народах, странах, регионах и каждый составляет свое собственное мнение, основываясь как на исконных источниках формирования стереотипов - художественной литературе, так и на собственном жизненном опыте.

Глубинные стереотипы, закладываемые с детства рассказами о Севере, иллюстрациями к книгам, сказкам, стереотипы, существующие многие века, оказываются наиболее устойчивыми, изменить их очень сложно, практически невозможно, что и показало наше исследование.

Поверхностные же стереотипы изменяются с течением времени в зависимости от политической, культурной жизни региона.

Область использования полученных результатов достаточно обширна. Для начала данное исследование позволяет нам лучше понять самих себя, увидеть свои слабые и сильные стороны. Позволяет понять, что нужно изменить в себе. Уже много лет ведется дискуссия о необходимости поиска общенациональной идеи, которая объединит проживающие в России народы. Одной из важных составных частей такой идеи должна быть самоидентификация народа, но не через противопоставление другим народам, а путем позитивного утверждения своей системы ценностей и приоритетов.

С чисто практической точки зрения, результаты исследования могут служить подсказкой тем, кто занимается рекламой и PR. Позиционируя товар, наделяя его теми или иными антропоморфными чертами, нужно учитывать, какие ассоциации это может вызвать у людей. Для этого можно было бы провести более глубокое, детальное и длительное по времени исследование.

На образ Якутии влияет и тот факт, что многие не знают о точном географическом положении республики, ее климатических особенностях. Распространив повсеместно знания о Якутии, предоставив объективную информацию о жизни в республике, тщательно продумав содержание web-ресурсов, можно изменить не только поверхностные, а, возможно и глубинные стереотипы, но и изменить отношение мирового сообщества к Якутии, способствуя более тесному социокультурному взаимодействию народов.

Приложение №1. Ассоциации, данные до ознакомления с интернет-сайтами о РС(Я)

#	Государство	Генера льная совоку пность	Ассоциации										
			мороз	снег	алмазы /минер алы	олени	удален ность	Сибирь	меха	юрта	азиат. черты лица	вечная мерзлот а	
1	Англия	23	23	19	17	12	15	13	4	7	2	11	123
2	Аргентина	29	24	26	13	10	10	14	4	3	1	6	111
3	Бразилия	22	19	18	12	9	6	16	7	5	1	9	102
4	Израиль	39	38	16	21	23	14	7	16	13	12	18	178
5	Индия	12	10	10	6	5	4	5	1	2	1	1	45
6	Ирландия	37	31	25	14	18	13	19	17	13	6	10	166
7	Испания	15	15	11	10	5	11	10	6	8	7	7	90
8	Китай	32	30	24	14	16	12	18	11	17	10	12	164
9	Латвия	14	11	10	6	9	9	10	9	9	5	4	82
10	Мексика	41	35	32	13	22	23	32	19	16	10	9	211
11	Норвегия	26	26	28	16	18	11	13	15	14	10	13	164
12	Перу	17	14	10	9	6	6	11	6	4	2	7	75
13	Россия	87	87	81	72	69	48	14	71	54	51	27	574
14	США	46	43	38	32	31	23	27	24	34	18	29	299
15	Филиппины	9	5	5	4	4	4	2	2	2	2	1	31
16	Франция	24	20	17	13	12	10	12	11	4	10	9	118
17	Чили	46	36	30	24	13	27	34	20	11	13	17	225
18	Шотландия	9	7	6	5	4	7	3	2	3	1	3	41
19	Южная Корея	21	13	14	12	13	13	9	10	12	3	2	101
20	Япония	17	15	15	11	10	11	4	7	4	4	2	75
			502	435	324	309	277	273	262	235 169		197 2481	

Приложение №2. Ассоциации, данные после ознакомления с интернет-сайтами о РС(Я)

	Государство	Генера льная совоку пность	Ассоциации										
			мороз	удален ность	снег	алмазы	национ. костюм	азиатск ие черты лица	муз. инстру менты	меха	олени	больш. террит ория	
1	Англия	23	23	18	22	20	12	9	7	14	12	10	
2	Аргентина	29	26	24	29	19	16	11	14	16	8	6	
3	Бразилия	22	20	20	19	18	13	10	12	13	9	7	
4	Израиль	39	38	34	21	26	18	24	27	21	16	21	
5	Индия	12	11	8	12	9	4	6	6	4	6	4	
6	Ирландия	37	34	34	31	21	22	27	21	16	17	11	
7	Испания	15	15	14	11	4	10	12	13	9	5	9	
8	Китай	32	27	27	23	15	21	10	29	17	13	14	
9	Латвия	14	13	10	11	6	6	7	4	5	7	9	
#	Мексика	41	38	36	30	29	34	30	16	16	13	12	
#	Норвегия	26	26	22	25	17	20	14	11	18	11	11	
#	Перу	17	17	14	14	12	11	11	10	6	6	9	
#	Россия	87	87	74	81	71	59	68	68	43	62	44	
#	США	46	45	34	31	33	24	26	16	29	29	21	
#	Филиппины	9	8	4	7	5	5	4	3	2	4	6	
#	Франция	24	21	19	21	16	11	13	7	9	13	16	
#	Чили	46	39	40	33	24	24	26	12	19	10	20	
#	Шотландия	9	7	5	6	2	2	3	3	2	4	3	
#	Южная Корея	21	14	14	16	14	10	7	8	4	9	8	
#	Япония	17	15	12	12	10	9	9	4	11	11	12	
			524 463		455	371	331	327 291		274	265	253	3554

СТАНОВЛЕНИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВЕТСКИЙ И ПОСТСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД

РАЦ В.С.

РОССИЯ, ЯКУТСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ

FORMATION OF SMALL BUSINESS DURING THE SOVIET AND POST-SOVIET PERIOD

RATS V. S.

RUSSIA, YAKUT STATE AGRICULTURAL ACADEMY

Аннотация: дан анализ становления российского предпринимательства в период НЭПа и в постсоветский период. Доказывается, что малое предпринимательство является исходной формой развития крупного бизнеса, это становится возможным благодаря голографичности - универсальному, имманентно присущему системе свойству.

Abstract: the analysis of formation of the Russian business in the period of the New Economic Policy and during the Post-Soviet period is given. It is proved that small business is an initial form of development of large business, it becomes possible thanks to a golografichnochnost - universal property immanently inherent in system.

Ключевые слова: малое предпринимательство, бизнес, кооперация, кооперативы, экономическая система, голографичность.

Keywords: small business, business, cooperation, cooperatives, economic system, golografichnost.

Малый бизнес является постоянно самопроизвольно возобновляемой формой возникновения и развития бизнеса в любой сфере деятельности. Ярким историческим примером, подтверждающим это теоретическое положение, может служить возрождение экономики Советской России после Первой мировой и гражданской войн, когда вся страна была втянута в военные действия, а реальное производство было практически сведено к нулю.

Необходимость выхода из критической экономической и социальной ситуации сложившейся в стране привело к замене политики военного коммунизма новой экономической политикой. Ее главным содержанием стали замена продразверстки продналогом, использованием рынка и рыночных отношений, развитие различных форм собственности, в том числе и частной, но не крупной, а средней, мелкой и индивидуальной как в сельскохозяйственном производстве, так и в промышленности. На их основе стали создаваться артели и кооперативы. Благодаря этим и другим мерам НЭП восстановил положение в народном хозяйстве. В 1922 г. урожай достиг 75% от уровня 1913 г., а в 1925 г. посевная площадь стала равной довоенному уровню. Заметно возросло поголовье скота – до 60 голов крупного рогатого скота на 100 га пашни в 1928 г. против 55 в 1913 г. Больше стало и птицы. На их прокорм в 1928 г. расходовалось почти 32% зерна. Производство электроэнергии превзошло довоенный уровень в полтора раза. В промышленности был отменен закон от 29 ноября 1920 г., который предусматривал национализацию всех предприятий. В декабре 1921 г. был издан декрет о денационализации предприятий с числом работающих до 20 человек, если их использование государственными органами признано неэффективным. Малые и средние предприятия стали сдавать в аренду. В основном их арендовали кооперативы и рабочие артели, частных было менее половины (в основном это были прежние владельцы).

Созданный в 1926 Всесоюзный совет жилищной кооперации объединял организации двух видов: жилищно-арендные кооперативные товарищества (ЖАКТ) и жилищно-строительные кооперативы (ЖСК). В 1929 ЖАКТ объединяли 112,8 тыс. и ЖСК —107,2 тыс. членов. Кооперация

инвалидов (первые кооперативы появились в 1920), возглавлявшаяся Всесоюзным советом инвалидной кооперации (Всекоопинсоюз), объединяла артели швейные, трикотажные, галантерейные, пищевкусные и пр. На 1 января 1935 в её составе было 2340 артелей, которые имели 5722 промышленных предприятия, 1847 предприятий общественного питания и пр. Всего лиц, занятых в системе кооперации инвалидов, в 1935 было 164,7 тыс. человек. Валовая продукция Всекоопинсоюза в 1935 составила 526,5 млн. рублей, розничный оборот — 761,6 млн. рублей.

Кустарно-промысловая кооперация, начавшая интенсивное развитие с 1921, состояла из двух самостоятельных систем. Артели по обработке металла объединялись Всекопромсоветом, изготавливавшие продукцию из дерева входили во Всекопромлессоюз. В конце 1935 в системе Всекопромсовета было 11 тыс. артелей, 363 отраслевых союза и 1310 тыс. членов; во Всекопромлессоюзе — 4,4 тыс. артелей, 195 союзов и 380 тыс. членов. Валовая продукция промысловой кооперации в 1934 составляла 6515,2 млн. рублей (Всекопромсовет — 4907,2 млн. рублей, Всекопромлессоюз — 1218 млн. рублей).

Началась «безудержная конкуренция» предприятий на рынке, так что цены резко упали. 1 января 1921 г. аршин ситца стоил 4 фунта ржаной муки, а 1 мая 1,68 фунта. В мае 1922 г. хлопчатобумажная ткань продавалась по цене в два с лишним раза ниже себестоимости.

Выше приведенные цифры и факты показывают, что в то время, когда была сознательно разрушена прежняя система экономических отношений, в упадок пришли и соответствующие им производительные силы, перестали существовать персонифицировавшие их экономические субъекты и формы хозяйствования. Произошла практически полная остановка производства, однако оставались и продолжали действовать мастерские, артели и им подобные мелкие организации, которые впоследствии объединяли в кооперативы. Они были достаточно широко задействованы в поднятии и восстановлении экономики страны, с их

помощью (выплата налогов, создание рабочих мест и прочее) шло восстановление крупной промышленности.

Ставку на кооперативы и мелкое предпринимательство сделали в недавнем прошлом, когда от системы отношений командно-административной экономики страна переходила к системе рыночных отношений. Этому переходу предшествовал экономический застой 80-х годов XX века, который вылился в постоянный дефицит товаров народного потребления как текущего, так и длительного пользования. Он стал причиной возникновения теневого бизнеса, который занимался изготовлением и продажей товаров, как раньше говорили, ширпотреба, имевшего огромный спрос у населения, несмотря на крайне низкое качество изделий. Поэтому не случайно одним из направлений преодоления дефицита стало принятие решения по образцу кооперативного движения двадцатых годов создавать современные кооперативы по производству товаров народного потребления на легальной основе. Предприимчивым людям была предоставлена возможность развивать свои предпринимательские способности на принципах взаимной выгоды для общества и предпринимателя. Предполагалось, что они станут производить качественную и недорогую продукцию.

Однако у первопроходцев сразу возникли трудности. Прежде всего появились проблемы из-за отсутствия законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность, т.к. не были прописаны права и обязанности как самих кооператоров, так и чиновников, контролировавших их деятельность. Сложившаяся ситуация заставляла кооператоров, защищать свои интересы от нападков чиновников. Поскольку для населения того периода дело было абсолютно новым, то им стали заниматься наиболее активные и предприимчивые люди из комсомольской, партийной среды, специалисты из производственно-хозяйственных объединений, научно-производственных центров. Как правило, это были люди с активной жизненной позицией, поэтому они всеми доступными средствами стали противостоять возникающим трудностям. Стали появляться первые союзы, объединения, ассоциации

предпринимателей, участников кооперативного движения. Вскоре был учрежден Союз менеджеров СССР, в состав которого вошли первые представители предпринимателей страны. Отдельные активисты баллотировались на выборы депутатов Съезда народных депутатов СССР и РСФСР. Таким образом, активная агитация приводила к сплочению, интеграции, объединению ряда предпринимателей.

Такова предыстория создания малого бизнеса в России в постсоветский период. Разрушение одной и создание другой экономической системы сопровождалось резким падением производства и закрытием многих крупных предприятий. Спасительную роль опять сыграли малые предприятия и индивидуальное частное предпринимательство.

Таким образом, когда разрушают ту или иную экономическую систему, то развитые экономические отношения возвращаются к своей первичной исходной форме. Для различных форм бизнеса такой первоосновой, «исходной формой» является малое предпринимательство. Такой возврат возможен благодаря свойству голографичности экономической системы, которое заключается в том, что «она в «свернутом», «сжатом» виде несет в себе всю информацию о тех конкретно-исторических условиях, которые повлияли на ее формирование и развитие. В ее генетической памяти сохраняются отжившие и ушедшие с исторической арены экономические отношения. В случае если возникают аналогичные условия, которые в свое время обусловили появление каких-либо из них, то эти отношения могут опять появиться...»¹.

В этом свойстве голографичности проявляется наличие генетической памяти, которая свойственна любой усложняющейся саморазвивающейся системе². Не употребляя данную терминологию, первым обратил

1 Гапонова С.Н. Общее, особенное и единичное в развитии экономической системы / С.Н. Гапонова. – Воронеж: Воронежский государственный университет, 2004. – С.17.

2 О свойствах системы более подробно написано: Гапонова С.Н. Всеобщая экономическая система: сущность, методология исследования и характер развития /С.Н. Гапонова. Под ред. Акад. РАН В.В.Куликова. – Воронеж: Центр.- Чернозем. кн. изд-во, 2002; Сиднина В.Л. Современные исследования экономических систем и применение их результатов при оценке перспектив развития России /В.Л. Сиднина, С.Н.

внимание на данные свойства экономической системы В.И. Ленин на основе анализа экономики развитых государств, проведенного им в фундаментальной работе «Империализм как высшая стадия капитализма» (1916г.). Империализм определяется им как монополистическая стадия развития капитализма. Он пишет: «свободная конкуренция порождает концентрацию производства, а эта концентрация на известной степени своего развития ведет к монополии»³. Ленин В.И. показал, что монополия генетически связана со свободной конкуренцией и, если «...разрушить его верхушку, обнаружится старый капитализм»⁴. Под «старым капитализмом» он имел в виду именно мелкие предприятия, ремесленников и другие экономические субъекты, которые сегодня в экономической теории объединяются общим понятием малого бизнеса.

Голографичность – универсальное, имманентно присущее системе свойство. Ярким примером, подтверждающим это положение, можно считать наличие натурального хозяйства в странах с плохо развитой рыночной экономикой. Развитые капиталистические отношения представляют собой высшую степень развития товарно-денежных отношений и высокий уровень процесса воспроизводства. В развитых капиталистических странах население не занимается производством продуктов питания, т.к. в этом нет никакой необходимости. Участвуя в процессе разделения, специализации и кооперации труда, каждый работающий индивид может приобрести продукты питания и у него не возникает потребность самостоятельного их производства. Наличие простого товарного производства в России даже в окультуренных формах типа содержания и возделывания садово-огородного участка городским населением говорит о низком уровне экономического развития национальной экономики, а следовательно, наличия условий возрождения и реализации малоэффективных, но корневых форм

Гапонова, Н.В. Митяева, Е.А. Орехова; под ред. В.Л. Сидниной. – Саратов: Научная книга, 2008; Погребинская Е.А. Экономическая система: сущность, структура, эволюция. – Саратов: Изд-во СГСЭУ, 2004.

3 Ленин В.И. Полн. собр. соч. т.27. – С.315.

4 Там же. – С.70.

производства. В тех случаях, когда доля на продажу превышает личное потребление, данного рода формы производства относят к индивидуальному предпринимательству, фермерству, т.е. к одной из форм малого бизнеса.

В развитие идеи о том, что малый бизнес является постоянно самопроизвольно возобновляемой формой возникновения и развития бизнеса до его более крупных форм – монополии и олигополии – надо добавить следующее. Исходные первичные формы бизнеса проявляются не только тогда, когда рушатся более развитые образования, но могут сосуществовать с ними одновременно и во времени и в пространстве. Это значит, что наряду с крупными компаниями, олигополиями, транснациональными корпорациями существуют как индивидуальный частный бизнес, так и мелкие предприятия в разных отраслях и сферах деятельности.

Данное утверждение подтверждается всем ходом развития экономической системы в национальных экономиках различных государств, в которых они составляют важнейший сектор национальных экономик. Если крупные предприятия определяют уровень научно-технического и производственного потенциала страны, то малые предприятия, являясь наиболее массовой формой деловой жизни, обеспечивают социально-экономическую стабильность развития.

ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА

САЗОНОВА Е. А., ТИТОВ Ю. М., МИЛОСЕНКО Н.А.

Россия, РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА

THE MAIN INSTRUMENTS OF STATE POLICY IN THE FIELD OF E-GOVERNMENT

SAZONOV E.A., TITOV Y.M., MILOSENKO N.A.

RUSSIA, RUSSIAN STATE UNIVERSITY OF TOURISM AND SERVICE

Аннотация: в данной статье раскрываются основные элементы государственной политики в отношении электронного правительства, оценивается качество предоставляемых услуг на основании мнений экспертов и пользователей социальных сетей.

Abstract: in this article the basic elements of state policy regarding e-government, assesses the quality of services provided based on the opinions of experts and users of social networks.

Ключевые слова: электронное правительство, пользователи социальных сетей, оценка качества услуг, мнения экспертов.

Keywords: e-government, social network users, assessing the quality of services, expert opinion.

В 2009 – 2010 гг. в России в качестве основной задачи в рамках создания электронного правительства были обозначены планы перевода государственных и муниципальных услуг в электронный вид. В это же

время происходило формирование и уточнение приоритетов новой государственной программы «Информационное общество (2011 – 2020 гг.)». К сожалению, основными критериями успешности выполнения планов перевода услуг в электронный вид стали формальные позиции ввода в действие электронных сервисов и подключение к системе электронного межведомственного взаимодействия, а не улучшение качества оказания услуг.

Эти позиции нашли отражение и в рейтингах, которые в настоящее время являются основным инструментом государственной политики в сфере развития электронного правительства.

В настоящее время основными методами оценки в этой сфере являются:

- различные вариации веб-мониторинга;
- построение индексов на основе статистических данных;
- сбор ведомственной и другой отчетности;
- применение социологических методов (опросы общественного мнения, метод «контрольных закупок» и др.).

Так, например, Центр прикладной экономики (Москва) формирует рейтинги субъектов РФ по уровню развития веб-представительств органов власти [1]. История этого рейтинга началась с 2010 года, когда ЗАО «Центр прикладной экономики» выиграл конкурс по мониторингу сайтов органов власти субъектов РФ в рамках ФЦП «Электронная Россия» и на тот момент результаты этой работы представляли официальную позицию Минэкономразвития России, как государственного заказчика. Однако разработчики данного рейтинга видимо решили немного модифицировать методику и позиционировать его как комплексный рейтинг развития электронного правительства на региональном уровне. При этом в индикаторах, которые лежат в его основе, учтены лишь позиции, связанные с доступностью электронных услуг через сайты органов власти и некоторые моменты, связанные с развитием электронного правительства, однако не являющиеся определяющими (наличие в регионе социальных электронных карт, многофункциональных центров оказания государственных и муниципальных услуг и др.).

Объектами мониторинга в данном исследовании являются:

- государственные и муниципальные услуги, информация о которых размещена на порталах государственных услуг субъектов РФ и федеральном портале gosuslugi.ru;
- деятельность многофункциональных центров оказания государственных и муниципальных услуг;
- информационно-справочное обеспечение в том числе: информационные киоски; использование специальных средств персональной идентификации (электронных социальных карт).

Для анализа используется информация следующих сайтов:

- федеральный портал государственных услуг gosuslugi.ru;
- портал государственных услуг субъекта РФ, на который сделана ссылка на официальном портале органов государственной власти субъекта РФ;
- специализированные сайты многофункциональных центров, систем оказания государственных услуг в электронном виде.

Формирование рейтинга производится один раз в квартал по состоянию на начало апреля, июля, октября и итоговый рейтинг по результатам года. Для обеспечения сопоставимости картины между регионами при расчетах учитывается численность населения, а для расчета показателей Москвы и Санкт-Петербурга используется скорректированная методика оценки (табл. 1).

По результатам на октябрь 2012 г. пятерка регионов-лидеров рейтинга выглядит следующим образом:

- 1 место – Нижегородская (118);
- 2 место – Москва (115);
- 3 место – Санкт-Петербург (112);
- 4 место – Республика Татарстан (101);
- 5 место – Самарская область (98,5).

Таблица 1 - Критерии оценки рейтинга субъектов Российской Федерации по уровню рения электронного правительства, баллы (Центр прикладной экономики, апрель 2012 г.)

Раздел оценки (максимальный балл)	Подраздел оценки (баллы)
1. Государственные услуги (65)	Образование (15) Социальная поддержка отдельных категорий граждан (15) ЗАГС (8) ЖКХ, земельные и имущественные отношения (12) Здравоохранение (12) Культура (3)
2. Муниципальные услуги 54 (для услуг субъекта РФ) 42 (для услуг Москвы и Санкт-Петербурга)	Образование (18) Социальная поддержка отдельных категорий граждан (3) ЖКХ, земельные и имущественные отношения (30) Здравоохранение (3)
3. Дополнительные электронные услуги и интерактивные сервисы (70)	Дополнительные электронные услуги (30) Интерактивные сервисы (40)
Техническое обеспечение портала государственных услуг (76)	Перерывы в работе не более 4 часов (15) Индексирование сайта поисковыми системами сети интернет (4) Независимая система учета посещений портала и раскрытие информации данной системы (10) Посещаемость по данным независимой системы * Сохранение возможностей навигации по сайту при отключении графических элементов (2) Встроенная система поиска по сайту (5) Удобство пользования порталом: - перечень электронных услуг и сервисов (5) - система каталогизации услуг (10) - скорость доступа к portalу (10)
5. Инфраструктура электронного правительства (47)	Сервис опросов (5) Обратная связь по работе портала (2) Информационные киоски (при расчете учитывается численность населения) * Многофункциональные центры (при расчете учитывается численность населения) *

Примечание: Для позиций, отмеченных знаком * в описании методики не указано максимальное количество баллов, а цифры приведенные в столбце «Раздел оценки (максимальный балл)», являются расчетными. В результате рейтинг субъектов Российской Федерации по уровню веб-представительства электронного правительства рассчитывается на основании общего количества набранных баллов по всем разделам. Максимально возможное количество баллов - 297.

Вопросы качества услуг электронного правительства невозможно рассматривать в отрыве от всей системы государственных и муниципальных услуг. В этой связи необходимо отметить работу, которая проводится в Национальном исследовательском университете Высшая школа экономики (НИУ ВШЭ) по заказам Минэкономразвития России и др. организаций. Институт государственного и муниципального управления НИУ ВШЭ проводит периодический мониторинг качества и доступности государственных и муниципальных услуг в Российской Федерации [2]. В ходе мониторинга, в частности, оценивается типовая траектория получения услуги, составленная на основе экспертной оценки и анализа нормативно-правовой базы. При этом одним из исследовательских методов является метод контрольной закупки.

В 2012 году в НИУ ВШЭ начат новый проект – «Мониторинг готовности субъектов РФ к предоставлению государственных услуг в режиме межведомственного взаимодействия» [3]. В рамках проекта создан информационный ресурс, который использует открытые данные технологического портала СМЭВ (<http://smev.gosuslugi.ru>). Система мониторинга сконцентрирована на измерении степени готовности к межуровневому взаимодействию (готовность получать направлять запросы и получать ответы от федеральных органов исполнительной власти).

В 2012 году Российской академией народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации был проведен мониторинг качества оказания государственных и муниципальных услуг в электронном виде [4]. В основе составления данной методики лежит утверждение о том, что качество предоставления услуги в электронной форме - совокупность свойств электронной услуги, а

именно: соответствие фактического этапа перехода на предоставление услуги в электронной форме целевому этапу; доступность подуслуг и результатов предоставления услуги в электронной форме; удовлетворение законодательно обоснованных ожиданий получателей в отношении подуслуг и результатов предоставления услуги; востребованность электронной услуги; качество представления услуг в Федеральном реестре.

Таким образом, оценка качества предоставления услуги ведется по каждому из перечисленных выше пунктов в отдельности. Каждому из них приводится в соответствие самостоятельный показатель: соответствие целевому этапу перехода на предоставление услуги в электронной форме; доступность подуслуг и результатов предоставления услуги в электронной форме на Едином портале; удовлетворенность пользователей Единого портала подуслугами и результатами предоставления услуг в электронной форме; востребованность услуги со стороны пользователей Единого портала; качество представления услуг в Федеральном реестре.

Динамика показателей оценки качества региональных услуг за период май- ноябрь 2012 года представлена на рис. 1.

В Санкт-Петербурге Информационно-аналитическим центром (СПб ИАЦ) разработана методика оценки развития информационного общества и электронного правительства. В статье Ю.Н. Захарова [5] описываются шесть направлений оценки, которые включены в методику:

- доступ к ИКТ,
- городское управление
- обучение,
- экономика,
- общество,
- политика в сфере ИКТ.

Каждое направление содержит индикаторы, показатели которых отражают степень развития. Для удобства оценки, а также приведения

количественных и качественных индикаторов к единой платформе используется пятибалльная шкала градации.

МИНЭКОНОМРАЗВИТИЯ РОССИИ		Результаты мониторинга качества региональных услуг		
	Май 2012	Ноябрь 2012	План	
Представлено на Едином портале субъектов	80	82	83	
Опубликовано на Едином портале услуг	39 101	57 659	-	
Исследовано по методике мониторинга услуг	4 171	3 515	-	
Доступность, средний % выполнения требований	63%	64%	100%	
I этап, средний % выполнения требований	48%	56%	100%	
II этап, средний % выполнения требований	64%	59%	100%	
III этап, услуг с кнопкой «Получить услугу»	422	723	4300*	
III этап, услуг с работающей кнопкой «Получить услугу»	391	661	4300*	
III этап, услуг, по которым удалось отправить заявление	359	569	4300*	
IV этап, услуг, по которым получены уведомления об отправке	243	554	1400**	
V этап, информационные услуги	17	31	-	

* Приоритетные услуги согласно распоряжению Правительства Российской Федерации от 17 декабря 2009 года №1993-р

** Первоочередные услуги согласно распоряжению Правительства Российской Федерации от 17 декабря 2009 года №1993-р в рамках переданных полномочий, предоставляемых органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления — на III-IV этапы.

Рисунок 1 – Результаты мониторинга качества региональных услуг, ноябрь 2012 года

Как отмечает Ю.Н.Захаров, данный подход позволяет предметно, в конкретном измерении характеризовать степень развития ИКТ как внутри города в целом, так и в наиболее характерных с точки зрения применения регулирующих воздействий инфокоммуникационных «областях» и инфокоммуникационных «группах». В зависимости от степени обобщенности оценки можно пользоваться либо индексом первого уровня (готовность), либо индексами групп (второй уровень) и, наконец, в случае необходимости отдельными индикаторами в различных комбинациях, диктуемых конкретными условиями. Анализ различных индикаторов идентифицирует конкретные показатели, влияющие на развитие конкретных инфокоммуникационных «групп» и инфокоммуникационных «областей», выявляя те, которые необходимо усилить.

В. В. Иванов и И. А. Коробова предлагают методику комплексного анализа эффективности государственного и муниципального управления (рис. 2) [6]. Показатели в методике сгруппированы по алгоритму повышения информационного обеспечения, приводящему в конечном итоге к инновационным формам взаимодействия.

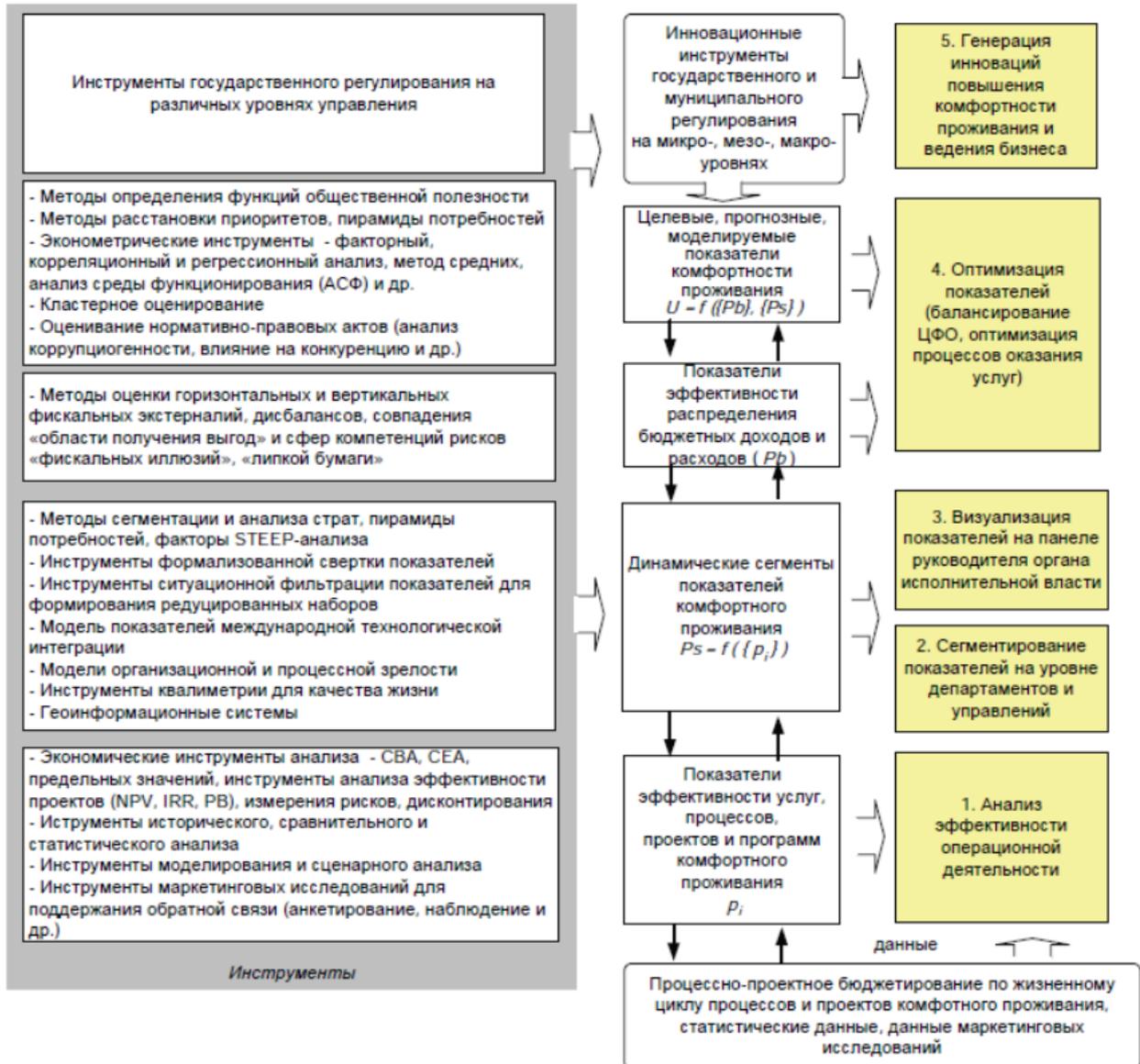


Рисунок 2 - Методика комплексного анализа эффективности государственного и муниципального управления

В отечественной практике имеются также теоретические исследования методов электронного управления и процессов предоставления электронных услуг, моделей организации электронного взаимодействия. Исследования психологических аспектов взаимодействия в социальных сетях занимается исследовательская группа А. Е. Войскунского [7].

В статье Мироненко Н. В. [8] рассматриваются существующие модели взаимодействия граждан и государства, а также государства и бизнес в контексте «электронного правительства». Автор выявляет основные проблемы, актуальные в настоящее время при реализации проектов «электронного правительства» в России. В статье также представлен рейтинг востребованности государственных услуг на рынках G2B и G2C, по результатам опросов Института развития свободы информации. Мироненко предлагает базовую концепцию управления по результатам.

Изучение формирования спроса на сервисы электронного правительства занимаются Киченко Л. П., Дюльберова Д. А. [9]. Статья этих авторов представляет собой теоретический обзор особенностей развития «электронного правительства» в России, различных трактовок его

сущности, а также раскрывает основные компоненты и взаимосвязь с правительством в его традиционном понимании. Автор рассматривает несколько этапов развития электронных сервисов, составляющих сущность электронного правительства, основываясь на отчете отчета United Nations E-Government Survey 2010, регулярно составляемом ООН. В статье авторы вырабатывают некоторые рекомендации по увеличению спроса на услуги электронного правительства, на основе применения интерактивных инструментов (онлайновые гражданские форумы, система подачи электронных петиций и т.д.).

Д. Журавлев исследовал эффективность оказания государственных услуг на примере системы одного окна [10]. В своей статье он анализирует процесс оказания государственных услуг населению и бизнесу в современной России посредством выдачи документов по обращениям граждан и юридических лиц в режиме «одного окна», на примере Москвы. В статье приведен статистический материал по обращениям граждан и

организаций в службы «одного окна» Правительства Москвы, на основании анализа которого формируется методика оценки эффективности работы всей системы оказания государственных услуг в целом.

Создание интерактивной среды коммуникаций на примере портала Ykt.ru в Якутии исследует А. А. Жондоров [11]. В своей работе он поднимает тему образования локальных Интернет-комьюнити как самоорганизующихся систем. М. А. Каневский [12] исследует возможности создания ресурса коллективного взаимодействия для общения между органами власти, гражданами и бизнесом. В своей статье он описывает принципы создания интегрированного ресурса для коллективных обсуждения и приходит к выводу о том, что если органам власти нужно найти ответ на вопрос, требуется организовать процесс его поиска таким образом, чтобы решения принимались одновременно, а не одно за другим. Когда решение найдено, его необходимо размещать в формате типовых жизненных ситуаций и предлагать к тиражированию. Для формирования единого инфокоммуникационного пространства, отмечает М. А. Каневский, органам власти необходимо привлекать к работе широкие слои населения и экспертные группы.

Тенденцию на исследования интеграционных и краудсорсинговых площадок взаимодействия также подхватывает коллектив Ю. К. Гликмана [13]. В своей статье исследователь иллюстрирует опыт использования «мэшап» (mash up) технологий для реализации интерактивных государственных услуг. Технологии «мэшап» позволяют интегрировать данные из различных баз данных. Ю. К. Гликман описывает возможности применения таких платформ для создания ресурсов, где граждане могут не только заявлять о городских проблемах, но и отмечать их на карте.

Список литературы:

1. Рейтинг субъектов Российской Федерации по уровню внедрения электронного правительства на 01.10.2012 г. Электронный ресурс: <http://www.gosman.ru/?news=27240>.

2. Мониторинг качества и доступности государственных и муниципальных услуг - 2010 /под ред. А.В. Клименко, С.М. Плаксина. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. Гинтова М.А., Жулин А.Б., Костырко А.А., Плаксин С.М., Синятуллина Л.Х. Реинжиниринг государственных услуг, комплексных сфер государственного регулирования: вопросы методологии // Вопросы государственного и муниципального управления. — 2012. — № 1. — С. 7 – 25.
3. Мониторинг готовности субъектов РФ к предоставлению государственных услуг в режиме межведомственного взаимодействия. Электронный ресурс: <http://gosreforma.ru/rep-mezhved>. 11. Результаты мониторинга перевода региональных услуг в электронный вид на Едином портале (по состоянию на ноябрь 2012 года) /Центр ИТ-исследований и экспертизы РАНХиГС при Президенте РФ. URL:
4. http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/eb15f5004da0f632a8d0bdc05beb4f7e/result_monitoring_roiv.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=eb15f5004da0f632a8d0bdc05beb4f7e.
5. Захаров Ю. Н. Методика оценки развития электронного правительства в Санкт-Петербурге и задачи мониторинга выполнения плана реализации Стратегии развития информационного общества // Труды XIII Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество». СПб, 2010. Электронный ресурс: http://conf.infosoc.ru/2010/thesis/PDF/192-194_Zakharov.pdf.
6. Иванов В. В., Коробова И.А. Методика комплексного анализа эффективности государственного и муниципального управления// Труды XIII Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество». СПб, 2010. Электронный ресурс: http://conf.infosoc.ru/2010/thesis/PDF/195-202_Ivanov-Korobova.pdf.
7. Войскунский А. Е. Психология и Интернет. –М., 2010.
8. Мироненко Н. В. Методические аспекты оценки процессов управления// Государственное управление. Электронный вестник. № 30. 2012. URL: e-journal.spa.msu.ru/30_2012Mironenko.html.
9. Киченко Л. П., Электронное правительство и особенности формирования спроса на его сервисы [Текст] / Л. П. Киченко, Д. А. Дюльберова // Вестник Пермского университета. Сер.: Экономика. - 2011. - № 4 (11). - С. 102-109.
10. Журавлев Д. Оценка эффективности оказания государственных услуг на примере работы системы «одного окна» Правительства Москвы// Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество). М.: Изд. Московского государственного университета. 2005. №3. С. 65 – 77.
11. Жондоров А. А. Информационные ресурсы, форумы, блоги сообщества в сети Ykt.Ru // Труды XIII Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество». СПб, 2010. Электронный ресурс: http://conf.infosoc.ru/2010/thesis/PDF/34-35_Zhondorov.pdf.
12. Каневский М. А. Использование коллективного опыта и техник обмена знаниями в интернет-пространстве при взаимодействии органов власти с гражданами и бизнесом// Труды XIV Всероссийской объединенной конференции «Интернет и

- современное общество». СПб, 2011. Электронный ресурс:
http://conf.infosoc.ru/2011/matherials/book1/I_3_7_Kanevsky.pdf.
13. Гликман Ю. К. Развитие веб-приложений для электронного правительства, интегрирующих данные из различных источников// Труды XIII Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество». СПб, 2010. Электронный ресурс: http://conf.infosoc.ru/2010/thesis/PDF/178-180_Glikman.pdf.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ВОСПРИИМЧИВОСТЬЮ

САЙФУЛЛИНА С.Ф.

РОССИЯ, УФИМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

THEORETICAL ASPECTS OF ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT BASED ON MANAGEMENT OF INNOVATIVE SUSCEPTIBILITY

SAIFULLINA S.F.

RUSSIA, UFA STATE OIL TECHNICAL UNIVERSITY

Аннотация: В статье рассматриваются теоретические аспекты определения инновационной восприимчивости предприятия на основе классификации инновационных проектов. Разработаны классификационные признаки и предложена типология инновационных проектов по степени их восприимчивости. Исследованы особенности развития предприятия на разных этапах жизненного цикла с точки зрения управления инновационной восприимчивостью.

Abstract: In the article there has been considered the theoretical aspects of the innovation susceptibility of the enterprises based on the classification of innovative projects. Classification criteria has been developed, typology of innovative projects by their being perceived has been suggested. The features of the development of the

enterprise at different stages of the life cycle in terms of management of innovation susceptibility have been investigated.

Ключевые слова: инновационное развитие, инновационная восприимчивость, инновационный проект, предприятие, жизненный цикл

Keywords: innovative development, innovative susceptibility, innovative project, the enterprise, life cycle

Современный этап развития ведущих стран характеризуется переходом к новому этапу формирования инновационного общества – построение экономики, базирующейся преимущественно на генерации, распространении и использовании знаний[6]. Инновационное развитие экономики страны зависит от эффективности инновационных процессов, которая во многом определяется состоянием и уровнем развития малого и среднего предпринимательства, а также структурами поддержки и трансферта инноваций.

Эффективное развитие экономики предполагает реализацию всех этапов расширенного инновационного процесса, начиная с этапа исследований и разработок и заканчивая этапом коммерциализации новшеств. Как показывает практика, многие предприятия при реализации одного или нескольких этапов инновационного процесса сталкиваются с рядом трудностей, в частности различными видами сопротивления инновациям.

Инновации в сфере предпринимательства можно определить как продукты научно-технической и иной творческой деятельности, обладающие характеристиками новизны и возможностью коммерциализации с целью получения дохода[1]. На практике речь идет о реализации инновационных проектов предприятиями.

Исследование проблем реализации инновационных проектов российскими и международными предприятиями привело к выводу, что разные организации по-разному воспринимают реализуемые инновационные проекты. Так если в одной организации инновационный проект может быть успешно реализован, то в другой организации он может не получать должного внимания со стороны руководства, достаточных объемов финансирования, а также встретить сопротивление

со стороны персонала. Нами предлагается, способность организации к реализации того или иного инновационного проекта оценивать через ее инновационную восприимчивость.

Инновационная восприимчивость – это степень готовности и способности адаптации предприятия к разработке и реализации инновационного проекта (проектов) или программы инновационных преобразований и внедрению инноваций [5]. Готовность предприятия и его сотрудников к реализации инновационного проекта будет зависеть от уровня неопределенности проекта, характера и масштаба изменений, вносимых реализацией инновационного проекта в деятельность организации.

Для оценки способности организации адаптироваться к изменениям, которые будут внесены планируемым к реализации инновационным проектом, предлагается выделять следующие качества инноваций:

- уникальность рыночного предложения;
- соответствие инновационного проекта существующей системе создания стоимости организации;
- соответствие инновационного проекта существующим процессам, правилам и нормам организации.

Первое качество – уникальность рыночного предложения, характеризует реализуемый инновационный проект с точки зрения его влияния на конкурентоспособность предприятия на рынке и будет определяться как свойствами самой инновации, так и рыночной и технологической позицией организации, стратегией конкурентов, общим направлением научно-технического процесса. Второе и третье качества – соответствие существующей системе создания стоимости и соответствие существующим процессам, правилам и нормам, характеризуют ресурсные, организационные и управленческие возможности организации реализовать инновационный проект и воспринять вносимые им изменения.

Основная цель внедрения инноваций для любого предприятия – поддержание собственной конкурентоспособности. Однако не все

реализуемые предприятием инновационные проекты, действительно могут привести к повышению конкурентоспособности. Укрепить или усилить конкурентные позиции предприятия могут те инновационные товары или услуги, которые удовлетворяют потребности потребителей лучше, чем товары и услуги конкурентов. В то же время, такие инновационные продукты должны либо значительно опережать продукты конкурентов в технологическом уровне, либо должны быть защищены от копирования тем или иным способом. Альтернативой борьбе с существующими конкурентами, могут быть инновации, формирующие новые рынки, то есть еще не имеющие конкурентов.

Определение уникальности рыночного предложения инновационного продукта достаточно трудоемкий процесс и требует оценки существующей позиции на рынке, технологической и продуктовой стратегии конкурентов, перспективах развития рынка инновационного продукта. В то же время, чем выше данная характеристика инновационного проекта, тем выше риски его реализации, связанные с трудностью в оценке потенциального спроса со стороны потребителей, их готовности приобрести новый продукт. Основные неопределенности связаны с оценкой поведения потенциальных потребителей инновационной продукции.

Для успешной разработки и производства инновационной продукции, предприятие должно обладать необходимыми ресурсами и способностями. При этом способности предприятия на наш взгляд складываются из системы создания стоимости с одной стороны и процессами, правилами и нормами – с другой.

Система создания стоимости предприятия показывает, как предприятие получает прибыль, производя продукты или оказывая услуги. Для характеристики системы создания стоимости предприятия необходимо оценить:

- состав и структуру доходов предприятия;
- структуру затрат, эффект масштаба;
- модель валовой прибыли предприятия;
- оборачиваемость ресурсов предприятия и т.п.

Система создания стоимости наряду с уникальностью рыночного предложения может быть одним из источников конкурентных преимуществ предприятия. К примеру, лучший чем у конкурентов продукт с точки зрения технологии и качества, отличающийся более эффективной структурой затрат, позволит предприятию удерживать свои позиции за счет снижения цены, даже если конкурент предложит аналогичный по свойствам продукт.

Другим важным качеством инновационных проектов является соответствие их существующим процессам, правилам и нормам организации.

Процессы, правила и нормы являются относительно стабильными характеристиками организации. Если предприятие производит один и тот же продукт или совершенствует тот продукт, который уже производит, то процессы, правила и нормы не изменяются.

Правила и нормы, принятые в организации закреплены организационной культурой. Если предприятие имеет сильную организационную культуру, то инновационные проекты, требующие изменения существующих норм и правил, встретят активное сопротивление.

Каждое предприятие можно описать совокупностью реализуемых бизнес-процессов. Такими процессами могут быть: разработка продукта, производство, маркетинг, планирование и распределение бюджета и др. Как правило, бизнес-процессы организации, как и принятые нормы и правила, не отличаются гибкостью, поскольку их целью является обеспечивать выполнение рутинных операций.

Реализация инновационных проектов, которые не соответствуют существующим бизнес-процессам, потребует процедуры реинжиниринга бизнес-процессов. Такие процедуры отличаются сложностью и затратностью, также могут встречать сопротивление, как со стороны персонала, так и со стороны руководства при распределении ресурсов, принятии управленческих решений и т.д.

На практике рассмотренные качества инновационных проектов тесно взаимосвязаны между собой: уникальность рыночного предложения и система создания стоимости показывают, какую пользу получают предприятие и потребители; а процессы, правила и нормы - каким образом будет создан инновационный продукт.

На основе предлагаемых классификационных признаков инновационные проекты по степени воспринимаемости со стороны предприятия могут быть разделены на следующие типы (табл. 1).

Таблица 1 - Типы инновационной воспринимаемости проектов предприятием

Тип инновационной воспринимаемости реализуемых проектов	Классификационные признаки реализуемых инновационных проектов		
	Уникальность рыночного предложения	Соответствие существующей системе создания стоимости	Соответствие существующим процессам, правилам и нормам организации
Легко воспринимаемые	-	+	+
Воспринимаемые	-	+	-
Трудно воспринимаемые	+	-	+
Невоспринимаемые	+	-	-

Легко воспринимаемые инновационные проекты полностью соответствуют существующим системе создания стоимости, процессам, правилам и нормам предприятия. Как правило, такие инновации совершенствуют уже используемую на предприятии технологию, новые продукты предлагаются уже существующим потребителям и выполняют те же функции, что и традиционные для предприятия продукты.

Инновации воспринимаемого типа также ориентированы на уже существующих потребителей и соответствуют системе создания стоимости предприятия. Однако данные инновационные проекты не согласуются с принятыми в организации процессами, правилами и нормами, что замедляет их реализацию, и предполагает создание специальных

организационно-управленческих форм на предприятии, например, проектно-целевых групп.

Трудно воспринимаемые инновации ориентированы на новые рынки, имеют отличную от традиционных продуктов систему создания стоимости, однако они совместимы с принятыми в организации процессами, правилами и нормами. Такие инновационные проекты могут быть также реализованы в организации при условии создания независимых организационных структур с отличающейся системой создания стоимости, возможно также последующее отчуждение результатов научно-исследовательской деятельности.

Невоспринимаемые инновационные проекты отличаются уникальностью предлагаемых рынку продуктов, не соответствуют существующей в организации системе создания стоимости, процессам, правилам и нормам организации. Такие инновационные проекты имеют мало шансов быть реализованными в организации, часто встречают непреодолимое сопротивление со стороны персонала организации. Однако именно такие инновации способны дать наибольшее конкурентное преимущество предприятию, их реализация возможна при условии учреждения обособленных хозяйственных единиц, имеющих систему создания стоимости, процессы, правила и нормы, отличающиеся от принятых в материнской организации.

Поскольку трудно воспринимаемые и невоспринимаемые инновационные проекты требуют отличной от существующей в организации либо системы создания стоимости, либо процессов, правил и норм, они могут быть легко осуществлены предприятиями малого и среднего бизнеса, создаваемых специально для реализации данных проектов. Легко воспринимаемые и воспринимаемые проекты чаще осуществляются предприятиями крупного бизнеса, лидерами рынка, в силу чего предприятия малого и среднего бизнеса зачастую проигрывают в конкурентной борьбе более сильным игрокам.

При определении инновационной восприимчивости необходимо принимать в расчет также стадию жизненного цикла, на которой находится предприятие.

Основными периодами существования предприятия согласно теории жизненного цикла являются: возникновение, рост, кризис роста, стабильность, кризис стабильности, спад и ликвидация. При этом рост, стабильность и спад являются этапами или стадиями жизненного цикла, а возникновение, кризис роста, кризис стабильности и ликвидация, так называемыми, переломами или переходными периодами развития предприятия.

В переходные периоды развития предприятия между этапами жизненного цикла возможно возникновение кризисных ситуаций [4]. Так, кризисы возможны в периоды перехода предприятия: 1) из области зарождения и накопления потенциала в область возрастающего развития; 2) из области возрастающего развития в область стабилизации; 3) из области стабилизации в область циклического кризиса; 4) из области циклического кризиса в область послекризисного состояния.

Как правило, в такие кризисные моменты предприятие становится максимально восприимчивым к инновационным преобразованиям. Именно инновации становятся инструментом перехода предприятия с одного этапа развития на другой. Следует отметить, что речь идет о внедрении трудно воспринимаемых и невоспринимаемых инноваций.

Причина противодействия инновациям лежит в природе самой деятельности. В период кризисов структура деятельности несколько ослабевает, ряд связей разрушается, становятся более подвижными, между контурами деятельности возникают более широкие зазоры, которые создают места для реализации инноваций, независимо от того, когда они были изобретены. В эти периоды процессы, нормы и правила организации практически не оказывают сопротивления реализации трудно воспринимаемых или невоспринимаемых инновационных проектов.

Цикличность инновационной деятельности также связана с риском, характерным для инноваций. В периоды экономического подъема прибыль обеспечивается и без принципиальных инноваций, поэтому фирмы предпочитают не рисковать. В это время технический прогресс проявляет себя в усовершенствовании технологии и мелких улучшениях ассортимента, как правило, предприятие ограничивается процессами совершенствования, но в зависимости от стратегии может реализовывать и крупные легко воспринимаемые и воспринимаемые проекты, они улучшают существующий продукт и предлагаются существующим потребителям. Когда наступает депрессия, порог риска снижается. Спад производства становится стимулом радикальных инноваций, особенно в характере выпускаемой продукции, что позволяет предприятию реализовывать проекты обладающие уникальностью рыночного предложения, но имеющие существенные отличия в системе создания стоимости, нормах, правилах, процессах.

Рассмотрим процесс развития предприятия с точки зрения взаимодействия с внешней средой и возможности реализации инновационных проектов различных типов (таблица 2).

Инвестиционный тип развития характерен для этапов жизненного цикла, в то время как инновационный тип – фазовым переходам.

Период возникновения соответствует созданию и регистрации предприятия. Следующий за ним период роста в зависимости от характеристики рынка, на который выходит предприятие, может характеризоваться:

- инвестиционным развитием, если предприятие выходит на традиционные рынки, с традиционным продуктом и стратегией;
- инновационным развитием, если предприятие предлагает продуктовые и технологические инновации существующим рынкам, или создает новые рынки в случае с инновациями высокой степени радикальности (прорывные).

Таблица 2 - Характеристика видов развития предприятий с точки зрения взаимодействия с внешней средой и возможности реализации инновационных проектов различных типов

Вид развития	Характер рынков	Содержание развития, тип реализуемых инновационных проектов	Способ реализации развития
Инвестиционное развитие	Растущие традиционные рынки	Инвестиционное расширение производства. Легко воспринимаемые, воспринимаемые инновационные проекты	Реальные инвестиции
Инновационное развитие	Насыщенные, сужающиеся или изменяющиеся рынки	Изменение структуры производства и реализации продукции, изменения в организационно-управленческой подсистеме функционирования предприятия, изменения в стратегии поведения на рынке, маркетинговой политике. Воспринимаемые инновационные проекты	Стратегические изменения, преимущественно организационно-управленческие инновации
	Создание новых и изменение взаимодействия существующими рынками товаров и факторов	Структурообразующее воздействие продуктовых инноваций высокой степени радикальности, технологические инновации, позволяющие завоевывать или удерживать технологическое лидерство. Трудно воспринимаемые, невоспринимаемые инновационные проекты	Товарные и технологические инновации, инвестиции

И в том и в другом случае эта стадия сопровождается значительными инвестициями.

Помимо продуктовых и технологических инноваций большую роль в завоевании и поддержании конкурентоспособности предприятия играют

рыночные и организационно-управленческие инновации. Даже при относительно небольших материальных вложениях такие инновации могут дать новому предприятию дополнительные конкурентные преимущества в освоении уже существующих рынков и создании новых.

После того как первоначальные вложения окупились рост предприятия продолжается на основе внутренних факторов, характеризуется инвестиционным вариантом развития. Потенциал использованных при выходе на рынок стратегических и материальных инноваций еще не исчерпан и рост предприятия можно поддерживать за счет дополнительных инвестиций в расширение производства.

Когда размер предприятия значительно увеличивается с момента создания, продукты и технологии утрачивают для рынка первоначальную новизну, темпы роста предприятия значительно уменьшаются, и наступает кризис роста. Преодоление кризиса роста связано с необходимостью использования стратегических инноваций и перестройки организационной структуры и системы управления предприятия, в целях адаптации предприятия к изменившимся условиям работы.

Преодолев кризис роста, предприятие переходит на стадию стабильности, темпы роста минимальны или отсутствуют, прибыль высокая и стабильная. С наступлением данного этапа предприятию рекомендуется направлять средства на разработку новых продуктов и технологий, причем преимущество следует отдавать трудно воспринимаемым или невоспринимаемым проектам. Однако их внедрение непосредственно на стадии стабильности затруднено сильным сопротивлением инновационным изменениям, характерных для стадии жизненного цикла. Пока предприятие получает стабильную прибыль от текущей деятельности, у него практически нет стимулов для осуществления инновационных или стратегических изменений. Небольшие темпы роста на стадии стабильности могут поддерживаться инвестиционными вложениями, которые однако уже не могут привести к значительной отдаче и быстрому росту. На стадии стабильности с целью поддержания

существующей доли рынка предприятия может реализовывать легко воспринимаемые или воспринимаемые инновационные проекты.

После периода стабильности, наступает кризис стабильности, который характеризуется резким снижением размера прибыли предприятия. Кризис стабильности свидетельствует о необходимости значительных изменений в работе предприятия и в выпускаемом им продукте. Преодоление кризиса стабильности возможно только на основе инновационного развития, внедрения продуктовых и технологических инноваций. При этом внедряемые инновации должны обладать достаточно высокой степенью радикальности, для того чтобы предприятие могло преодолеть кризис стабильности и выйти на новый этап развития. Такой эффект могут дать только трудно воспринимаемые либо невоспринимаемые инновационные проекты. Преодоление кризиса стабильности связано со значительными инвестиционными затратами.

Если предприятие не было готово к кризису стабильности и не имело уже готовых инновационных разработок, то после кризиса стабильности начинается стадия спада. В том случае, если предприятие не находит возможности реализовать инновации и перейти на следующий этап роста, на стадии спада объем продаж резко падает, затраты на текущую деятельность превышают денежные поступления и стадия заканчивается ликвидацией предприятия.

Рассмотрение вариантов развития предприятия с позиции теории жизненного цикла показало, что стадия роста и стадия стабильности соответствуют преобладанию инвестиционного варианта развития, при этом предприятие практически невосприимчиво к инновациям, а точки кризиса роста и кризиса стабильности, характеризуются преобладанием инновационного развития, на основе реализации инновационных проектов различного рода, когда восприимчивость предприятия к инновациям значительно повышается. Таким образом, процесс развития предприятия можно представить как последовательность сменяющих друг друга инвестиционного развития и инновационного развития.

Учитывая это, предлагается для эффективного управления развитием предприятия использовать систему взаимодействия нескольких элементов:

- инновационной политики, направленной на внедрение в производство инновационных проектов, используемой для преодоления кризисов в развитии предприятия и перехода на новый этап развития (трудно воспринимаемые и невоспринимаемые инновационные проекты);
- системы мероприятий направленных на совершенствование и оптимизацию текущей производственной деятельности, основанной на инвестиционном варианте развития (легко воспринимаемые, воспринимаемые инновационные проекты).

Совмещение этих двух подходов позволит предприятиям достичь наилучших результатов. Применение только инновационного подхода не даст нужного развития предприятию, поскольку эффект от инновации постепенно снижается из-за острой конкуренции и устаревания стандартов. Кроме того, система, созданная в результате внедрения инноваций, неизбежно деградирует, если не прилагать усилий сначала к ее поддержанию, а затем и к совершенствованию.

Список литературы:

1. Игнатова Т.В. Специфика инновационной деятельности в сфере предпринимательства и ее государственная поддержка // Российское предпринимательство. – 2007. - №8. – С. 52-55
2. Кристенсен К. Дилемма инноватора / пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 239 с.
3. Кристенсен К., Маркс М., Стивенсон Г. Арсенал преобразователя: кому кнут, а кому и пряник // Harvard Business Review Россия. – 2006. - №11. – с. 74-82.
4. Родионова Н. В. Антикризисный менеджмент: Учеб. пособие для вузов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 223 с.
5. Сайфуллина С. Методика оценки инновационных возможностей предприятия // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2013. - №6. – С. 76-81
6. Федеральная целевая программа «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технического комплекса России на 2014-2020 годы», утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 19.01.2014 № 21.

Федерации от 21 мая 2013 г. №426 [Электронный ресурс]. URL:
<http://www.fcpir.ru>

References:

1. Ignatov TV Specificity of innovative activities in business and government support // Russian Entrepreneurship. - 2007 . - № 8. - P. 52-55
2. K. Christensen Innovator 's Dilemma. - Moscow: Alpina Business Books, 2004 . – 239 p.
3. K. Christensen , M. Marx , G. Stevenson Arsenal converter : who whip , and to whom and carrot // Harvard Business Review Russia . - 2006 . - № 11. - P. 74-82 .
4. Rodionova N.V. Crisis Management. - Moscow: UNITY -DANA 2001 . - 223 p.
5. Saifullina C. Methodology of evaluating enterprise's innovation possibilities // Economy and Management : scientific journal . - 2013 . - № 6. - P. 76-81
6. Federal Target Program «Research and development in priority areas of scientific and technological complex of Russia for 2014-2020», approved by the Government of the Russian Federation on May 21, 2013 № 426 [electronic resource] . URL: <http://www.fcpir.ru>

РАЗДЕЛ 2.

ФОРМЫ, МЕТОДЫ, МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВОМ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО ПОДХОДА ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

АЛАБИНА Т.А., КОСИНСКИЙ П.Д.

РОССИЯ, КЕМЕРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

USING TARGET-ORIENTED METHOD FOR DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS OF RURAL TERRITORIES

ALABINA T.A., KOSINSKIY P.D.

RUSSIA, KEMEROVO STATE UNIVERSITY

Аннотация: В статье показано использование национальных и региональных проектов и целевых программ как средств программно-целевого подхода для развития малого и среднего предпринимательства сельских территорий. На примере Кемеровской области рассмотрена реализация двух приоритетных проектов: национального проекта «Развитие агропромышленного комплекса» и регионального проекта «Малый бизнес», как имеющих наибольшее влияние на экономику сельских территорий и развития здесь малых и средних форм предпринимательства. Несмотря на такую существенную поддержку, существуют факторы, сдерживающие развитие предпринимательства сельских территорий.

The article shows using of national and regional projects and targeted programs as a means of program-oriented approach for the development of small and medium

business of rural territories. On the example of the Kemerovo region examined the implementation of two priority projects: the national project «Development of agriculture» and the regional project «Small business» as having the greatest impact on the economy of rural areas and the development of small and medium forms of business. Despite such significant support, there are factors constraining development of business of rural territories.

Ключевые слова: программно-целевой подход, приоритетные национальные и региональные проекты, целевые программы, малое и среднее предпринимательство, сельские территории.

Keywords: target-oriented method, priority national and regional projects, purpose-oriented program, small and medium business, rural territories.

В 2005 году Правительством Российской Федерации были приняты к реализации четыре Приоритетных Национальных проекта (ПНП): «Здоровье», «Образование», «Развитие агропромышленного комплекса» и «Доступное и комфортное жилье – гражданам России», представляющие собой целевые планы действия по развитию сфер здравоохранения, образования, сельского хозяйства и жилья. Кроме того, ряд регионов страны создали собственные региональные проекты. Так, в 2006 году на территории Кузбасса наряду с ПНП началась реализация приоритетного регионального проекта «Культура», а с 2007 года стартовал областной проект «Малый бизнес».

Особенно положительное их существенное влияние стало ощутимо для экономики сельских территорий, так как проекты, с одной стороны, социально ориентированы, что ощутимо для населения сельских территорий с небольшим уровнем дохода, а, с другой стороны, предоставляют реальную возможность федеральным, региональным и муниципальным органам управления воздействовать на экономические процессы. Механизм такого влияния заложен в самом содержании национальных и региональных проектов как средстве реализации программно-целевого метода.

В современной России с ее разнообразием проблем, наиболее остро ощущаемых на селе, существуют широкие возможности для программирования: периодически возникают проблемы, требующие неординарных решений и чрезвычайной концентрации и консолидации

финансовых и иных средств. Круг таких проблем достаточно широк – от тотальной безработицы, порождающей асоциальный образ жизни, до отсутствия высококвалифицированных кадров в сфере образования и здравоохранения, влекущих за собой высокую смертность и массовую миграцию населения в города.

Проект как форма планирования объединяет разнообразные виды деятельности и тесно связано с родственным ему понятием «целевая программа». В механизме отчетности проектов как формы бюджетного планирования сделана попытка последовательно, по всей вертикали исполнения соединить финансовые показатели (сведения о бюджетном финансировании) и показатели результативности произведенных затрат, сведения о ходе достижения заданных параметров проектов в отличии от сложившейся практики отчетности о реализации целевых программ, формы которой ограничиваются данными об освоении выделенных бюджетных средств и формальной реализации мероприятий.

Приоритетные национальные и региональные проекты основаны на объединении финансовых ресурсов вышестоящих и нижестоящих уровней бюджетной системы. Формально утвержденные параметры национальных и региональных проектов не предусматривают конкретных сумм финансирования из внебюджетных источников, учитывая то обстоятельство, что внебюджетные источники не являются до конца прогнозируемыми и управляемыми. Отражение в плановом документе проекта только тех ресурсов, которые подконтрольны субъекту управления, существенно повышает ответственность этого субъекта и делает планирование более реальным, а процесс реализации плана – более управляемым.

Приоритетные национальные и региональные проекты в наибольшей степени соответствуют кругу социально-экономических проблем сельских территорий, финансово реализуясь через целевые программы разного уровня. Например, основой Национального проекта «Доступное и комфортное жильё – гражданам России» на федеральном уровне является Федеральная целевая программа «Жилище» на 2002 – 2010 годы,

утвержденная постановлением Правительства РФ № 865 от 31 декабря 2005 года, аналоги которой в качестве её подпрограмм или программных мероприятий приняты на региональном и/или на муниципальном уровне, что, как правило, реализуется в городах или крупных сельских поселениях.

Наибольшее влияние на экономику сельских территорий Кемеровской области и развития здесь малых и средних форм предпринимательства оказывают два приоритетных проекта: национальный проект «Развитие АПК» и региональный проект «Малый бизнес». Объёмы финансирования данных проектов с момента начала их внедрения на территории области значительно выросли: по проекту «Развитие АПК» – с 9 млрд рублей в 2006 году до почти 18 млрд рублей в 2013 году; по проекту «Малый бизнес» – с 5,7 млрд рублей в 2007 году до 9,5 млрд рублей по итогам 2012 и 2013 годов. При этом реализация данных проектов в большей мере происходит за счёт финансирования из внебюджетных источников: от 79 до 93 % в разные годы по национальному проекту «Развитие АПК» и от 94 до 99 % по региональному проекту «Малый бизнес».

Что касается объёмов финансирования приоритетных проектов по источникам, то в 2013 году на реализацию национального проекта «Развитие АПК» из предусмотренных 17,68 млрд рублей предполагается [4]:

- из федерального бюджета – 1,03 млрд рублей;
- из областного бюджета – 686,9 млн рублей;
- из местных бюджетов – 141,2 млн рублей;
- из внебюджетных источников – 15,82 млрд рублей.

При этом за период с января по ноябрь 2013 года освоено 15,84 млрд рублей, что составило 89,6 % от предусмотренного объема на год [4]. По источникам финансирования в том числе освоено:

- из федерального бюджета – 809,6 млн рублей (78,5% от планируемых средств за 2013 год);
- из областного бюджета – 439,6 млн рублей (64,0% соответственно);
- из местных бюджетов – 132,6 млн рублей (93,9% от годового);

- из внебюджетных источников – 14,45 млрд рублей (91,4% от планируемого в 2013 году).

Основой реализации и финансирования из регионального бюджета национального проекта «Развитие АПК» на территории Кузбасса стала долгосрочная целевая программа «Государственная поддержка агропромышленного комплекса и социального развития села в Кемеровской области на 2012–2015 годы». Оценка результатов реализации данной программы в 2012 году, например, показала прирост производства скота и птицы, а также продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий. Эти индикаторы превысили целевое значение в условиях сохранения и снижения финансирования из областного бюджета. Ряд целевых индикаторов сохранили свое значение на уровне целевого. К ним относятся, например, защиту и сохранение сельскохозяйственных угодий от ветровой эрозии и опустошения. В целом, по итогам 2012 года эффективность долгосрочной целевой программы «Государственная поддержка агропромышленного комплекса...» повысилась по сравнению с предыдущим годом, поскольку большая часть индикаторов программы превысила своё целевое значение или осталась на неизменном уровне [1].

Результатом реализации национального проекта «Развитие АПК» в Кемеровской области за одиннадцать месяцев 2013 года стали следующие показатели [4]:

- 1. Для обеспечения доступным жильём специалистов на селе, водоснабжение и газоснабжение сельских населённых пунктов* перечислены субсидии участникам программы на сумму 61,6 млн рублей, в том числе молодым семьям 36,5 млн рублей. В результате было введено 3,6 тыс. м² жилья для 61 семьи, проживающей в сельской местности, из которых 29 молодых семей. По данному показателю наблюдается снижение, так как за январь – ноябрь 2012 года введено на 500 тыс. м² больше.
- 2. Для стимулирования развития малых форм хозяйствования в агропромышленном комплексе* направлено субсидий в сумме 53 млн рублей из всех источников финансирования для возмещения части затрат

на уплату процентов по инвестиционным кредитам, взятым малыми формами хозяйствования.

3. Развитие отраслей сельскохозяйственного производства. В области произведено 347,9 тыс. тонн молока и 118,3 тыс. тонн мяса в живом весе, что составило 95,6 % и 105 % к аналогичному периоду прошлого года соответственно. При этом на поддержку животноводства региона из средств областного бюджета была направлена субсидия в размере 25,7 млн рублей, а также приобретено 8,9 тыс. тонн минеральных удобрений. Кроме того, размер привлеченных инвестиционных кредитов за этот период составил 815 млн рублей, что почти на 165 млн рублей больше, чем за январь – ноябрь 2012 года.

В качестве одного из крупных финансовых институтов, реализующих проекты в сфере поддержки малого и среднего предпринимательства на селе, за последние годы стало открытое акционерное общество «Российский Сельскохозяйственный банк», который является агентом Правительства Российской Федерации по выполнению федеральных целевых программ в аграрном комплексе и реализации национального проекта «Развитие АПК» [3]. В миссии банка указано: «...поддержка развития агропромышленного комплекса и сельских территорий Российской Федерации».

При создании Россельхозбанка в 2000 году размер его уставного капитала составлял 375 млн. рублей. За время существования банка было проведено пятнадцать дополнительных эмиссий акций. 27 декабря 2012 года завершилось размещение дополнительного выпуска акций Россельхозбанка на сумму 40 млрд. рублей. В результате эмиссии уставный капитал банка составил 188,048 млрд. рублей. Целью практически всех дополнительных эмиссий акций ОАО «Россельхозбанк» было увеличение объемов кредитования агропромышленного комплекса и смежных с ним отраслей в соответствии с задачами, поставленными перед банком акционером в лице Российской Федерации.

В результате ОАО «Россельхозбанк» сегодня является ключевым кредитором АПК страны. Он обслуживает розничных и корпоративных

клиентов, предлагая наряду с универсальными банковскими продуктами десятки специализированных программ для развития производства в области сельского хозяйства и смежных отраслей. Особое внимание уделяется программам кредитования малого и среднего бизнеса.

В Кемеровской области ОАО «Россельхозбанк» обладает второй по разветвленности филиальной сетью (после Сбербанка), что позволяет оперативно обслуживать населения и организации сельских территорий. Например, 70 % объемов кредитов Кемеровского регионального филиала Россельхозбанка вложено именно в развитие АПК Кузбасса. Таким образом, одним из показателей результатов реализации национального проекта «Развитие АПК» за одиннадцать месяцев 2013 года в Кемеровской области стали оформление 1 757 кредитов Кемеровским РФ ОАО «Россельхозбанк» малым формам хозяйствования на общую сумму 542,9 млн. рублей, что почти на 1 100 штук и 230 млн. рублей меньше, чем за аналогичный период 2012 года. Уменьшение количества и объемов привлеченных кредитных ресурсов связано с низкой доходностью сельскохозяйственных предприятий и отсутствием залоговой базы, а также в связи с засухой в 2012 году [4].

В этой связи показателен опыт работы дополнительного офиса №3349/56/18 Кемеровского филиала Россельхозбанка в пгт. Верх-Чебула, который за пять лет своего функционирования составил реальную конкуренцию дополнительному офису ОАО «Сбербанк России». Основу его клиентской базы среди юридических лиц составляют счета негосударственных организаций Чебулинского района Кемеровской области. Остатки по ним увеличились в 2012 году и составили 17,3 млн. рублей, что выше чем в 2010 году на 7,5 млн. рублей или на 75,8 %, и выше чем в 2011 году на 10,8 млн. рублей или на 165,5 %, где значение этого показателя составило 6,5 млн. рублей.

Остатки по счетам индивидуальных предпринимателей в дополнительном офисе №3349/56/18 в 2012 году увеличились и составили 1 млн. рублей, что выше, чем в 2011 году на 220,5 тыс. рублей или на 26 %, где значение этого показателя составляло 846 тыс. рублей. Однако наибольший прирост

наблюдался в 2011 году, когда произошло огромное увеличение данного показателя на 795,5 тыс. рублей или в 16,7 раза. Такое увеличение было обусловлено масштабной реализацией в Чебулинском районе мероприятий приоритетного регионального проекта «Малый бизнес», что в совокупности с более дешевыми тарифами относительно основного конкурента в лице Сбербанка России повлекло открытие счетов индивидуальными предпринимателями именно в Россельхозбанке.

На 2013 год на реализацию регионального проекта «Малый бизнес» за счет всех источников финансирования предусмотрено 9,96 млрд рублей [4], в том числе:

- из федерального бюджета – 126,6 млн. рублей;
- из областного бюджета – 49,7 млн. рублей;
- из местных бюджетов – 107,8 млн. рублей;
- из внебюджетных источников – 9,68 млрд. рублей.

При этом за январь – ноябрь 2013 года уже освоено 9,08 млрд. рублей [4], то есть 91,2 % от предусмотренного годового объема средств. Из этой суммы по источникам финансирования:

- из областного бюджета – 15,3 млн. рублей (лишь 30,8 % запланированного годового объёма);
- из местных бюджетов – 75,6 млн. рублей (70,1 % от запланированного в 2013 году);
- из внебюджетных источников – 8,99 млрд. рублей (92,9 % объёмов).

В результате по итогам одиннадцати месяцев 2013 года созданы 3,6 тыс. субъектов малого предпринимательства и 5,8 тыс. новых рабочих мест, в том числе 2,5 тыс. рабочих мест у 861 малого предприятия и 3,3 тыс. рабочих мест у 2,76 тыс. индивидуальных предпринимателей. Муниципальными центрами поддержки предпринимательства области проведено более 10,9 тыс. консультаций.

Показателями реализации регионального проекта «Малый бизнес» в Кемеровской области за январь – ноябрь 2013 года стали [4]:

1. *Инвестиции, привлечённые в основной капитал Кемеровской области субъектами малого и среднего предпринимательства*, составили 8,65 млрд. рублей, что на 400 млн. рублей больше, чем за январь – ноябрь 2012 года.

2. Для содействия формированию положительного имиджа предпринимательской деятельности были заключены договоры по подготовке и выпуску информационных материалов по вопросам развития предпринимательства на сумму 105 тыс. рублей, а также проведены мероприятия в связи с празднованием Дня Российского предпринимательства на сумму 796 тыс. рублей.

3. В качестве *финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства* предоставлены субсидии на реализацию отдельных мероприятий муниципальных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства. Государственным фондом поддержки предпринимательства оказана кредитно-финансовая поддержка данным субъектам хозяйствования. За счет средств внебюджетных источников профинансировано 163 проекта по предоставлению микрозаймов на сумму 102,3 млн. рублей, 82 поручительства на сумму 214,4 млн. рублей и 4 инвестиционных проекта на сумму 22,2 млн. рублей.

4. Для вовлечения молодежи в предпринимательскую деятельность для участников проекта «Юный предприниматель Кузбасса» проведен семинар «Планирование, организация и развитие предпринимательских навыков молодежи» на общую сумму 96 тыс. рублей. Кроме того, подготовлены мероприятия семинара «Time management» в размере 90 тыс. рублей и международный форум «Интерра», который является одной из наиболее привлекательных площадок на территории России для обсуждения инновационного развития в экономике и социальной сфере.

Не смотря на предпринимаемые действия со стороны органов власти разного уровня по поддержке предпринимательства сельских территорий, на наш взгляд, одним из сдерживающих факторов их развития является непоследовательность политики государства в отношении создания

условий для эффективного предпринимательства на селе, выражающаяся в несовершенстве системы налогообложения субъектов малого и среднего бизнеса [2]. Ярким примером такой непоследовательности является удвоение страховых сборов в январе 2013 года. По ожиданиям Правительства РФ повышение должно было улучшить ситуацию с пенсионными накоплениями граждан, однако изменение имело отрицательный эффект в связи с недооценкой экономической ситуации, в которой пребывают малые и средние организации, и их рыночными ожиданиями.

Рассматривая текущую ситуацию, следует наряду с вышеизложенными мероприятиями предложить использовать технологии форсайта, что предусматривает формирование приоритетов развития малого и среднего предпринимательства сельских территорий на основе оценки потенциала самих предприятий и отраслей, к которым относятся эти предприятия, опираясь на интегрированные документы, именуемые «Дорожными картами». В силу того, что форсайт рассматривается как инструмент инновационной экономики и ориентирован на определение возможных альтернатив социально-экономического развития на перспективу в 10–15 лет, выбор наиболее предпочтительных и целесообразных из них, можно говорить о выработке такой стратегии развития малого и среднего бизнеса на селе, которая бы устроила всех участников этих отношений: самих предпринимателей, органы государственной власти и управления и населения определенной сельской территории.

Национальные и региональные проекты в настоящий момент реализуются автономно и не привязаны к той части модернизации экономики, которая должна быть отражена в «Дорожных картах». На наш взгляд, для успешной реализации программных мероприятий, особенно в сельских территориях региона, необходима взаимосвязь, взаимозависимость и учёт мероприятий предлагаемых различными национальными и региональными проектами, целевыми программами, «Дорожными картами» и другими планами развития, принимаемыми органами власти различного уровня.

Список литературы:

1. Ершова, Н. Н. Оценка эффективности реализации долгосрочных целевых программ Кемеровской области // Концепт. – 2013. – № 09 (сентябрь). – ART 13174. – 0,6 п. л. – URL: <http://e-koncept.ru/2013/13174.htm>. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X [Ershova Natalja, Evaluation of the long-term programs of the Kemerovo region // Concept. – 2013. – № 09 (September). – ART 13174. – 0,6 pl. – URL: <http://e-koncept.ru/2013/13174.htm>. – State reg. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X].
2. Косинский, П. Д. Особенности устойчивого развития сельских поселений промышленного региона / П. Д. Косинский, А. Г. Чупрякова // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 23. – С. 39 – 45 [Kosinskiy P. D. Features of sustainable development of rural settlements in the industrial region / P. D. Kosinskiy, A. G. Chupryakova // Regional Economy: Theory and Practice. – 2013. – № 23. – p. 39 – 45].
3. ОАО «Россельхозбанк» – Режим доступа: <http://www.rshb.ru/>. – Дата обращения: 20.01.2014 [OJSC «Rosselkhozbank» – Mode of access: <http://www.rshb.ru/>. – Date of application: 20.01.2014].
4. Приоритетные национальные проекты в Кузбассе – Режим доступа: <http://www.ako.ru/PRIORITET/zdrav/svod.asp?n=1>. – Дата обращения: 20.01.2014 [Priority national projects in the Kemerovo region – Mode of access: <http://www.ako.ru/PRIORITET/zdrav/svod.asp?n=1>. – Date of application: 20.01.2014].

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

БАБИЧ О.В.

РОССИЯ, БРЯНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

RESTRUCTURING AS A WAY TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF ENTERPRISE

BAVICH O.V.

RUSSIA, BRYANSK STATE TECHNICAL UNIVERSITY

Аннотация: в статье представлен анализ подходов к определению понятия «реструктуризация». Взгляды различных авторов классифицированы, дано авторское определение, выделены виды реструктуризации.

Abstract: This article presents an analysis of approaches to the definition of «restructuring». Views of various authors classified, given the author's definition, types of restructuring are highlighted.

Ключевые слова: реформирование, реорганизация, реструктуризация, стратегия развития.

Keywords: reform, reorganization, restructuring, strategy development.

В экономической литературе в последнее время широко использовались понятия «реформирование», «реорганизация», «реструктуризация» и «реинжиниринг» предприятий и компаний. Можно констатировать, что до

сих пор происходит смешение данных понятий, и нет единой точки зрения в их определении [1, с. 32].

И.И. Мазур и В.Д. Шапиро выделяют три вида изменений в организациях в порядке их усложнения [10, с. 15-16]:

Реорганизация – преобразование, переустройство организационной структуры и управления предприятием при сохранении основных средств, производственного потенциала предприятия.

Реформирование – изменение принципов действия предприятия, способствующее улучшению управления, повышению эффективности производства и конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда, снижению издержек производства, улучшению финансово-экономических результатов деятельности.



Рис. 1. Реформирование деятельности предприятия

Реструктуризация – комплексная оптимизация системы функционирования предприятия в соответствии с требованиями внешнего окружения и выбранной стратегией его развития, способствующая принципиальному улучшению управления, повышению эффективности и конкурентоспособности производства и выпускаемой продукции на базе современных подходов к управлению, в том числе методологии управления качеством, реинжиниринга бизнес-процессов, информационных технологий и систем и др.

«Реформирование предприятий» является наиболее общим, всеобъемлющим понятием, охватывающим многочисленные составляющие хозяйственной деятельности предприятий и направления ее преобразований, в том числе реорганизацию, реструктуризацию, реинжиниринг бизнес-процессов (рис.1).

Другими словами, реструктуризацию деятельности предприятия можно рассматривать как частный случай реформирования структуры управления.

В странах с развитой экономикой реструктуризация является естественным процессом. Вопрос о реструктуризации встает всякий раз, когда компания сталкивается со снижением эффективности своей деятельности, изменением экономического окружения, технологического развития и обострения конкуренции [1, с. 37].

Для российской экономической науки процесс реструктуризации – относительно новый объект изучения. Однако в последнее время к данному вопросу обращаются все больше авторов и предлагают свою трактовку понятия и сущности реструктуризации [1, с. 38] (табл. 1).

Все многообразие определений предлагаем разделить на пять основных групп.

Согласно представлениям М.Д. Аистовой, «реструктуризация» – это радикальное изменение структуры хозяйственной организации (активов, собственности, финансов, управления, кадров и др.) [1, с. 39]. Таких же взглядов придерживаются Л. Водачек, А. Евсеев, В.В. Кондратьев и другие.

Таблица 1 - Классификация определений понятия «реструктуризация» [5]

Автор	Определение
Реструктуризация как процесс изменения структуры организации	
М.Д. Аистова	Реструктуризация – это радикальное изменение структуры хозяйственной организации (активов, собственности, финансов, управления, кадров и др.) [1, с. 39].
Л. Водачек	Реструктуризация - комплексные и взаимосвязанные изменения структур, обеспечивающих функционирование предприятия в целом.
А. Евсеев	Реструктуризация - любые изменения в производстве, структуре капитала или собственности, не являющиеся частью повседневного делового цикла компании. [2]
В.В. Кондратьев	Реструктуризация – это изменение структуры системы. Если под структурой понимается организационная структура, то реструктуризация- это изменение организационной структуры. Если рассматривается структура бизнес-процессов, реструктуризация – это изменение бизнес-процессов. Общий принцип простой: типология структур систем предопределяет типологию изменений [9, с. 23].
Реструктуризация как комплекс мероприятий по повышению конкурентоспособности	
Л.П. Страхова, Г.В. Бутковская	Реструктуризация - проведение комплекса мероприятий организационного, технического, финансового характера, позволяющих предприятию восстановить свою конкурентоспособность. [6]
К. Кордан, Т. Фолмэн, М. Ванденборт	Реструктуризация - проактивно осуществляемый разрыв с существующим статус-кво, а не просто «затягивание пояса» в компании или улучшение текущих операций. В результате проведенной реструктуризации компания должна не просто работать лучше, а производить более современные продукты.
Л.П. Белых	Реструктуризация промышленных и финансовых компаний - процесс, направленный на создание условий для эффективного использования всех факторов производства в целях повышения финансовой устойчивости и роста конкурентоспособности [8, с. 6].
Реструктуризация как способ выхода из кризиса	
Р.А. Фатхутдинов	Реструктуризация - это реформирование находящейся в кризисном состоянии организации, осуществляемое ею самостоятельно, изнутри, по собственной инициативе, с самообеспечением.
В.И. Ляско	По мнению, стратегии восстановления и реструктуризации портфеля применяются в условиях ухудшения экономических показателей на отдельных направлениях. Тяжелое финансовое положение может быть вызвано значительной убыточностью одного или более видов деятельности, ведущей к снижению финансовых показателей предприятия в целом, сложной экономической ситуацией, высоким уровнем задолженности и т.д. [7]
Реструктуризация как комплексная оптимизация системы	

Автор	Определение
Т.А. Зуб	Реструктуризация - изменение структуры чего-либо по определенным параметрам (сроку, назначению, величине, льготам, выплатам и т.д.) в связи с изменившимися условиями и в целях позитивного решения проблемы. Один из методов антикризисного управления (реструктуризация долгов, предприятия, финансов, технологии, персонала и пр.) [7].
И.И. Мазур, В.Д. Шапиро	Реструктуризация – комплексная оптимизация системы функционирования предприятия в соответствии с требованиями внешнего окружения и выбранной стратегией его развития, способствующая принципиальному улучшению управления, повышению эффективности и конкурентоспособности производства и выпускаемой продукции. [10, с. 15-16]
Реструктуризация как стратегия диверсифицированной компании	
А.А. Томпсона, А.Дж. Стрикленда	Стратегия реструктуризации может использоваться диверсифицированными компаниями и предполагает кардинальное изменение портфеля корпорации за счет исключения одних и приобретения других подразделений.

Другие авторы рассматривают реструктуризацию как комплекс мероприятий по повышению конкурентоспособности организации, к ним относятся Л.П. Страхова и Г.В. Бутковская, К. Кордан, Т. Фолмэн и М. Ванденборт, Л.П. Белых и другие.

По мнению А.А. Томпсона и А.Дж. Стрикленда стратегия реструктуризации может использоваться диверсифицированными компаниями и предполагает кардинальное изменение портфеля корпорации за счет исключения одних и приобретения других подразделений.

Реструктуризация проводится при следующих случаях:

- стратегический анализ бизнес-портфеля указывает на грядущий спад прибыльности компании из-за наличия в портфеле слишком большого количества медленно развивающихся, кризисных или конкурентно слабых подразделений;
- одно или несколько ключевых подразделений компании находятся в состоянии затяжного кризиса;
- смена главы корпорации, повлекшая за собой изменение стратегии;

- появление новой технологии или инновационного товара требует полного пересмотра бизнес портфеля компании для закрепления ее на перспективных новых рынках;
- у компании появляется возможность весьма крупного и ценного приобретения, для финансирования которого приходится продать несколько подразделений;
- ключевая отрасль компании теряет привлекательность, что требует коренного пересмотра портфеля;
- технологические изменения и конъюнктура рынка создают условия, при которых разделение корпорации на независимые компании выгоде, чем продолжение их функционирования под корпоративных зонтиком [11, с. 314-315].

Зуб Т.А. в своих работах рассматривает два понятия «реорганизация» и «реструктуризация».

Реорганизация - изменение структуры и статуса предприятия путем слияния, выделения, поглощения, преобразования звеньев последнего.

Реструктуризация - изменение структуры чего-либо по определенным параметрам (сроку, назначению, величине, льготам, выплатам и т.д.) в связи с изменившимися условиями и в целях позитивного решения проблемы. Один из методов антикризисного управления (реструктуризация долгов, предприятия, финансов, технологии, персонала и пр.) [7].

В области антикризисного управления реструктуризация определяется, как структурная перестройка в целях обеспечения эффективного распределения и использования всех ресурсов предприятия (материальных, финансовых, трудовых, земли, технологий), заключающаяся в создании комплекса бизнес-единиц на основе разделения, соединения, ликвидации (передачи) действующих и организации новых структурных подразделений, присоединения к предприятию других предприятий, приобретения определяющей доли в уставном капитале или акций сторонних организаций.

Таким образом, споры по вопросам разграничения рассматриваемых понятий продолжаются и в настоящее время. Опираясь на Большой толковый словарь русского языка, который дает следующее определение понятию реструктурировать: «Реструктурировать – реструктуризировать, преобразовывать структуру чего-либо, реорганизовывать производство...» предлагаем реструктуризацию рассматривать как формирование или совершенствование организационной структуры или отдельных ее блоков в целях реализации стратегии предприятия и повышения эффективности его работы.

Важным этапом исследования является структуризация знаний в изучаемой области и четкое представление о видах, методах, концепциях и существующих решениях изучаемой проблемы.

В литературе в целях рассмотрения и представления преобразований (т.е. изменений вообще) на предприятии в различных аспектах выделяется следующая классификация (табл. 2).

Таблица 2 - Классификация преобразований

Критерий	Вид преобразований
Цели	Краткосрочные (оперативные) Долгосрочные
Причины инициирования	Превентивные (упреждающие) Кризисные (в условиях кризиса)
Уровень преобразований	Преобразования в области: внутренних факторов внешних факторов
Функциональное содержание	Структурные Организационные Производственные Управленческие Кадровые Финансовые Информационные
Вид стратегии преобразований	Преобразования в рамках: наступательной стратегии оборонительной стратегии
Модели осуществления преобразований	Эволюционные Революционные

В зависимости от ситуации на предприятии осуществляются мероприятия оперативного (обеспечение выживания на короткий срок) и долгосрочного характера (восстановление конкурентоспособности на длительное время) [1].

В зависимости от стадии развития предприятия и его возможностей деятельность по реструктуризации можно разделить на два вида. Превентивные преобразования, целью которых является увеличение стоимости предприятия, сохранение собственности и другие задачи, связанные с поддержанием конкурентного статуса предприятия и повышением эффективности его функционирования. И преобразования предприятия, находящегося в условиях кризиса, сконцентрированные на решениях по возвращению дееспособности, преодолению кризиса и превращению предприятия в действующее.

Изменения могут рассматриваться с точки зрения внутренних и внешних факторов. Внутренние основаны на выработке операционной, инвестиционной и финансовой стратегий создания стоимости за счет собственных и заемных источников финансирования; внешние – на реорганизации видов деятельности и структуры предприятия путем: расширения (слияния, присоединения), сокращения (разделения, выделения) и преобразования акционерного капитала.

Реформирование предприятия можно представить как совокупность преобразований в следующих сферах: производственной (составляющие производственно-технической базы), организационной (экономико-правовые формы и принятое на предприятии распределение прав и обязанностей), кадровой (профессиональный и квалификационный состав работников), финансовой (активы и пассивы).

Наиболее часто предприятия используют оборонительную стратегию, которая выражается в том, что предприятие, испытывая в течение определенного времени трудности с реализацией своей продукции, стремится сократить объемы производства, отказаться от убыточной продукции, соответственно сократив численность работников предприятия, распродать излишние производственные мощности и виды

бизнеса, чтобы выправить свое финансовое положение. Наступательная стратегия заключается в том, что предприятие выходит на рынок с новыми видами продукции по более низким ценам, приобретает новые бизнес-единицы, предприятия.

Изменения в стратегии, производственных процессах, структуре и культуре могут осуществляться постепенно, в идее мелких шагов, или же радикально, в идее крупных скачков. В этой связи соответственно говорят об эволюционной и революционной моделях изменений. Для революционного метода управления изменениями характерны радикальное переосмысление, перепроектирование предприятий и производственно-хозяйственных процессов, глубокие и всеохватывающие перемены, мышление дискретными категориями, привлечение к участию убежденных сторонников перемен, использование для решительного устранения опасных тенденций. Эволюционные изменения осуществляются в рамках организационного развития, которое определяется как долгосрочный, тщательный, непрерывный, всеобъемлющий процесс изменения и развития организации и ее членов [1, с. 32-36].

Что же касается непосредственно видов реструктуризации, то можно выделить следующие взгляды.

И.И. Мазур и В.Д. Шапиро выделяют два основных направления реструктуризации:

- корпоративная, стратегическая реструктуризация компании, направленная на повышение эффективности функционирования и связанная с развитием действующей компании, включая увеличение стоимости собственного капитала, повышение конкурентоспособности, завоевание новых или расширение имеющихся рынков, оптимизацию организационной структуры, диверсификацию деятельности и т.п.
- реструктуризация компании в кризисных условиях. Кризисными для компании могут быть различные ситуации – от снижения эффективности производства и сбыта, ухудшения финансово-

экономического состояния, не сказывающегося на расчетах с кредиторами, до ситуации, характеризующейся несвоевременным или неполным удовлетворением требований кредиторов. Крайним проявлением кризисной ситуации является несостоятельность (банкротство) компании [10, с. 161].

Поскольку мы рассматриваем более узкое понятие реструктуризации предприятия, предлагаем уточненную классификацию видов реструктуризации промышленного производства (табл. 3).

Таблица 3 - Классификация видов реструктуризации

Признак классификации	Вид
Время реализации программы реструктуризации	Краткосрочная Длительная
Охват	Целостная Частичная
Объект изменений	Организационная Функциональная Линейная
Субъект инициирования	Внешняя Внутренняя
Характер изменений	Стратегическая Оперативная

По времени реализации проекта реструктуризации предприятия предлагается выделять краткосрочную реструктуризацию, т.е. предполагается разработка и внедрение необходимых изменений сроком до года, и длительную, срок реализации которой более года.

В зависимости от охвата изменениями выделяем целостную реструктуризацию – изменение всех составляющих деятельности предприятия и частичную – изменение функционирования конкретного подразделения или части предприятия [7,5].

Реструктуризация может касаться всего предприятия в целом или же какого-либо функционального подразделения, в соответствии с этим можно выделить организационную и функциональную реструктуризацию.

Кроме того, изменения могут коснуться линейного подразделения, в связи с этим реструктуризация будет иметь линейный характер.

Лицо, принимающее решение о реструктуризации предприятия или его конкретного подразделения, может являться исполнительным органом на предприятии или быть, к примеру, его учредителем или акционером, но не сотрудником, или, же если мы рассматриваем реструктуризацию одного из филиалов крупного предприятия, то это может руководитель филиала или руководитель всего холдинга инициировать данный процесс. В связи с этим необходимо выделение еще двух видов реструктуризации: внешняя и внутренняя.

Реструктуризация предприятия может быть связана с реализацией стратегии, т.е. носить стратегический характер, или же быть необходимой для реализации краткосрочных целей деятельности предприятия, т.е. оперативной.

Цель проектов реструктуризации – улучшение производственно-экономических показателей предприятий и компаний за счет преобразования систем организации и управления.

Предприятие под воздействием изменения спроса на продукцию/услуги, методы их производства и обслуживания сталкивается с необходимостью радикального изменения своих структуры и функций или комплексного изменения методов функционирования для решения проблем выживания и повышения эффективности работы – реструктуризацией.

Реструктуризация является высокоэффективным рыночным инструментом повышения конкурентоспособности предприятий.

В ходе реструктуризации циклически решаются одни и те же задачи:

- производится оценка ситуации и своих возможностей;
- ставятся цели, определяются приоритеты, намечается программа этапа реструктуризации;
- эта программа обеспечивается технологиями, организацией и финансово-экономическим управлением.

Возможен такой способ реструктуризации предприятия, который предусматривает усложнение и развитие процесса на каждом следующем этапе [10, с. 31].

Основными принципиальными задачами концепции реструктуризации являются:

- комплексная бизнес-диагностика предприятия;
- определение основных целей, задач и принципов реструктуризации;
- определение бюджета, сроков и необходимых мероприятий для реализации проекта реструктуризации;
- определение ожидаемой эффективности проекта, основных рисков и способов их минимизации.

Таким образом, реструктуризация предприятия является длительным процессом, осуществляемым при помощи специалистов самого разного профиля и направленным на повышение эффективности использования собственного внутреннего потенциала организации и адаптацию к новым рыночным условиям [11, с. 36].

Анализ литературы показывает, что все проекты по реструктуризации являются уникальными и предназначены для реализации только на этом предприятии, в связи с различным финансово-экономическим положением, спецификой деятельности, стратегическими целями и задачами предприятий, но на наш взгляд существует возможность разработки концепции реструктуризации предприятий, относящихся к одной отрасли промышленности.

Список литературы:

1. Аистова, М.Д. Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям / М.Д. Аистова. – М.: Альпина Паблишер, 2002. – 287 с.
2. Бабич, О.В. Основные направления реструктуризации промышленных предприятий / О.В. Бабич // Путеводитель предпринимателя. – 2013. - №20. – С. 12-16.
3. Бабич, О.В. Особенности процедуры реструктуризации на промышленных предприятиях / О.В. Бабич // Вестник БГТУ. – 2013. - №4. – С. 149-153.

4. Бабич, О.В. Процедура проведения реструктуризации промышленного предприятия /О.В. Бабич // Вестник БГУ. – 2013. - №3. – С. 44-46.
5. Бабич, О.В. Реструктуризация предприятия: основные понятия и этапы /О.В. Бабич // Экономика и предпринимательство. – 2013. - №12-3(41-3). – С. 357-362.
6. Бабич, О.В. Реструктуризация предприятия: сущность и определение /О.В. Бабич // Ученые записки РАП. – 2013. - №36. – С. 7-15.
7. Бабич, О.В. Современные аспекты реструктуризации / О.В. Бабич. - Брянск: БГТУ, 2013. – 204 с.
8. Белых, Л.П. Реструктуризация предприятий: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Л.П. Белых. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 511 с.
9. Кондратьев, В.В. Реструктуризация управления компанией:17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 6. / В.В. Кондратьев, В.Б. Краснова. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 240 с.
10. Мазур, И.И. Реструктуризация предприятий и компаний: Учебное пособие для вузов / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро; Под общ. Ред. И.И. Мазура. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2001. – 456 с.
11. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: Пер. с англ. / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 928 с.

References:

1. Aistova, M.D. Enterprise restructuring: governance issues. Strategy, coordination of structural parameters, reducing resistance to change / M.D. Aistova. - Moscow: Alpina Publisher, 2002. – 287 p.
2. Babich, O.V. The main directions of the restructuring of industrial enterprises / O.V. Babich // Things entrepreneur. - 2013. - № 20. - P. 12-16.
3. Babich, O.V. Features of procedures for restructuring of industrial enterprises / O.V. Babich // Vestnik BSTU. - 2013. - № 4. - P. 149-153.
4. Babich, O.V. Procedure of industrial restructuring /O.V. Babich // Vestnik BSU. - 2013. - № 3. - P. 44-46.
5. Babich, O. Restructuring of industrial enterprises: basic concepts and stages /O.V. Babich // Economy and Entrepreneurship. - 2013. - № 12-3 (41-3). - P. 357-362.
6. Babich, O.V. Restructuring of the enterprise: the nature and definition /O.V. Babich // Scientific notes of the RAE. - 2013. - № 36. - P. 7-15.
7. Babich, O.V. Modern aspects of restructuring / O.V. Babich. - Bryansk: BSTU, 2013. – 204 p.
8. Belykh, L.P. Restructuring of enterprises: a textbook for students enrolled on economic specialties / L.P. Belykh. - 2nd ed., ext. and rev. - Moscow: UNITY-DANA, 2009. – 511 p.
9. Kondratiev, V.V. Restructuring of the management company: 17-modular program for managers «Management of organization». Module 6. / V.V. Kondratyev, V.B. Krasnov. - Moscow: INFRA-M, 2000. – 240 p.

10. Mazur, I.I. Restructuring of enterprises and companies: textbook for universities / I.I. Mazur, V.D. Shapiro. - Moscow: Publisher «Economy», 2001. – 456 p.
11. Thompson, A.A. Strategic management: concepts and situation analysis, 12th edition. / A.A. Thompson, A.J. Strickland. - Moscow: Publishing house «Williams», 2007. - 928 p.

ОБОСНОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

БЕРЕГОВАЯ И.Б.

РОССИЯ, ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТА

JUSTIFICATION SYSTEM MANAGEMENT PROCESSES ENTERPRISE COMPETITIVENESS

BEREGOVAYA I.B.

RUSSIA, ORENBURG STATE INSTITUTE OF MANAGEMENT

Аннотация: Статья посвящена проблеме использования процессного подхода в управлении конкурентоспособностью предпринимательской деятельности. В ней предпринята попытка обоснования системы процессов управления конкурентоспособностью предприятия.

Abstract: The article deals with the process approach to management of competitiveness in business. It seeks to justify the system of control processes competitiveness of the enterprise.

Ключевые слова: процессный подход, процесс, процессы управления, система процессов управления конкурентоспособностью предприятия.

Key words: process approach, process, process management, system management processes competitiveness of the enterprise.

Усиление конкуренции практически во всех сферах деятельности ставит перед предпринимателями цель стратегического характера, связанную с обеспечением и повышением конкурентоспособности своего бизнеса.

Реализация данной цели возможна при условии использовании научных подходов к управлению конкурентоспособностью, среди которых особое внимание в последнее время уделяется процессному подходу.

По мнению [1, С.46] удастся выделить два достаточно четко выраженных понимания процессного подхода к управлению предприятием в целом. Первая точка зрения базируется «на системном рассмотрении деятельности организации как совокупности процессов, на разработке системы управления процессами с использованием принципов ISO серии 9000:2000». В ГОСТ ИСО серии 9000 [6] говорится, что процессным подходом может считаться «систематическая идентификация и менеджмент применяемых организацией процессов и прежде всего обеспечения их взаимодействия». Вторая точка зрения базируется на выделении в организации сквозных процессов, их описании и последующей организации. В данном случае, очевидно, что выполняется разовый проект улучшения операционных цепочек внутри организации, таким образом, не ставится вопрос о построении системы управления в принципе [1, С. 50]. Становится понятно, что если речь идет о такой непрерывной деятельности как управление конкурентоспособностью бизнеса логичнее придерживаться процессного подхода, пропагандируемого стандартами ИСО серии 9000.

Использование процессного подхода в управлении вызвано еще и тем, что достаточно большое количество определений самого понятия «управление» рассматривает данную категорию как процесс, например:

- управление – это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того чтобы сформулировать и достичь целей организации [7, С. 36];
- управление – процесс распределения и движения ресурсов в организации с заранее заданной целью, по заранее разработанному плану с непрерывным контролем результатов деятельности [3];
- процесс управления – деятельность объединенных в определенную систему субъектов управления, направленная на достижение целей

фирмы путем реализации определенных функций с использованием методов управления [9];

- управление - это процесс взаимодействия доминирующей подсистемы с другими элементами системы для достижения определенной общей цели [10].

Процессный подход основывается, так или иначе, на выделении совокупности (сети, системы) процессов. Процесс, в свою очередь, представляет собой «устойчивую, целенаправленную совокупность взаимосвязанных видов деятельности, которая по определенной технологии преобразует входы в выходы, представляющие ценность для потребителя» [1, С. 47].

Общее представление о процессе дает рисунок 1.

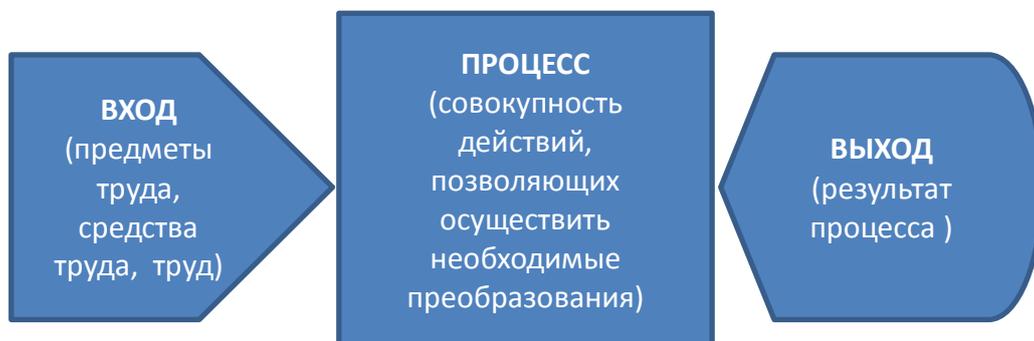


Рисунок 1 – Процесс как преобразование «входа» в «выход»

О том, что при реализации процессного подхода необходимо определение системы (сети) процессов подчеркивается многими исследователями. В частности [1, С. 47] говорит, что «совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих процессов предприятия, включающих в себя все виды деятельности, осуществляемые на предприятии» представляет собой систему (сеть) процессов.

Перед предпринимателями, которые приняли решение о внедрении процессного подхода в деятельность своего предприятия, стоит достаточно важная и сложная задача – выделение (идентификация) процессов. Сложность данной проблемы вызвана значительным

разнообразием методических рекомендаций по этому поводу и многообразием подходов к систематизации процессов.

В связи с тем, что целью данной статьи является определение системы процессов управления конкурентоспособностью предприятия, акцентируем внимание именно на процессах управления.

Рассматривая различные точки зрения на классификацию процессов предприятия, приведенные в [5, 8, 13], следует отметить, что практически все исследователи выделяют управленческие процессы, и выделяют их как отдельную группу. Это говорит о месте данной группы процессов в деятельности предприятия, об их значимости в общей системе процессов, о необходимости их выделения, анализа, оценки результативности и эффективности, постоянного совершенствования.

Помимо того, что процесс в рамках процессного подхода сам начинает выступать как объект управления, выделение управленческих процессов необходимо, еще и для того, чтобы деятельность была упорядочена, скоординирована, и предприниматель мог бы добиться своих целей.

В настоящее время нет однозначного ответа на вопрос о том, на основании чего определять важные для предпринимателя процессы. Некоторые авторы, например Репин В.В. и Елиферов В.П., не разделяют понятия «процесс» и «функция». Они выделяют:

- процессы верхнего уровня,
- детальные процессы (к которым относят функции, реализуемые в ходе выполнения процессов верхнего уровня);
- элементарные процессы (операции, на которые разбиваются функции) [12, С.42].

В связи с тем, что процесс «Управление» относится к верхнему уровню, разложение его на детальные процессы мы можем осуществить при помощи функций управления.

Возможность в качестве процессов выделить функции управления подчеркивает еще ряд определений процесса:

- процесс – это одна или более связанных между собой процедур либо операций (*функций*), которые совместно реализуют некую бизнес-задачу или политическую цель предприятия, как правило, в рамках организационной структуры, описывающей функциональные роли и отношения [4, С.44];
- процесс – это совокупность взаимосвязанных *функций* (действий, операций, процедур) упорядоченных во времени и пространстве [12, С. 41].

Для формирования системы процессов управления конкурентоспособностью автором данной работы была использована концепция соединения в единой матрице основных процессов управления организацией и категорий бизнеса, предложенная в [11].

На наш взгляд, в качестве «направляющих» матрицы уместно использовать подсистемы управления конкурентоспособностью предприятия, представленные в [2], в качестве процессов – функции управления.

Для того чтобы не усложнять систему процессов управления конкурентоспособностью предприятия предлагаем на первом уровне детализации управленческих процессов воспользоваться циклом Деминга: PDCA - планирование, реализация, контроль, воздействие (или совершенствование).

Каждая из названных функций может быть декомпозирована на ряд более мелких. В частности процесс «Планирование» включает в себя подпроцессы «Анализ», «Прогнозирование», «Целеполагание (оценка и оптимизация вариантов целей)», «Разработка плана». В свою очередь процесс «Реализация» может быть детализирован на подпроцессы «Подготовка к реализации», «Обеспечение реализации», «Производство (или собственно реализация)». В рамках процесса «Контроль» предлагаем выделить «Мониторинг и измерение», «Анализ (сопоставление)».

Завершающий процесс одного цикла может быть разным в зависимости от результатов предыдущего процесса (этапа). В случае если в ходе контроля

выявлено невыполнение «плана» как это показано на рисунке 2, то реализуется процесс «Воздействие».

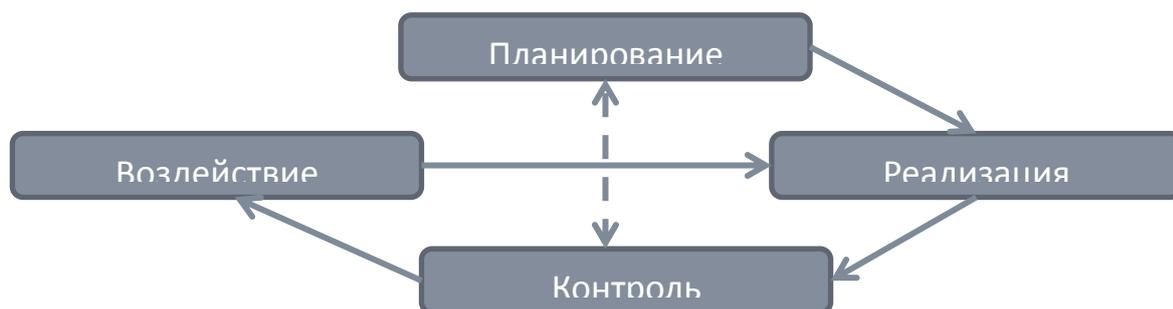


Рисунок 2 - Последовательность реализации процессов при отрицательном результате сопоставления плана и результатов контроля

Если же получено доказательство о полной реализации запланированного, то уместно выделение процесса «Совершенствование» и переход на новый циклический уровень, что демонстрирует рисунок 3.

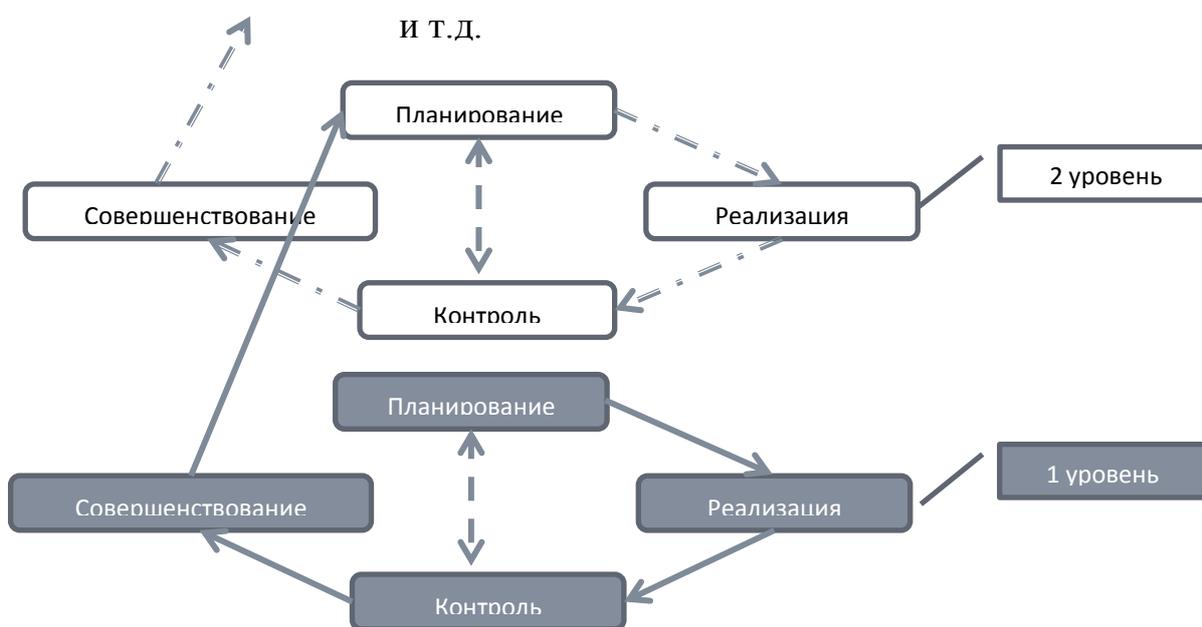


Рисунок 3 – Последовательность реализации процессов при положительном результате сопоставления плана и результатов контроля

Необходимо помнить, что не следует декомпозировать все процессы одинаково подробно. Следует в первую очередь уделить внимание наиболее «проблемным» процессам.

Возможно, в отношении такого понятия как «подсистема управления» логичнее было бы использовать в качестве терминов, обозначающих процессы слова «Разработка» в отношении функции «Планирование», «Создание» - в отношении функции «Реализация». Однако для того, чтобы не отклоняться от концепции управления качеством, которая достаточно четко прослеживается в подходах к управлению конкурентоспособностью, мы будем использовать классические формулировки этапов цикла Деминга.

Учитывая все это, автор предлагает принять за основу систему процессов управления конкурентоспособностью предприятия, представленную в таблице.

Следует помнить, что предприятия, а, следовательно, и подсистемы управления, могут находиться на различных этапах развития, как это, к примеру, отмечено более темным фоном в таблице. Следовательно, не все процессы второго уровня, указанные в матрице, необходимо будет реализовывать, начиная с процессов «Планирование», «Реализация (создание)».

На наш взгляд предложенная система процессов управления конкурентоспособностью предприятия позволит предпринимателям определиться с траекторией развития процессов предприятия и держать под «контролем» свое положение на рынке по отношению к своим конкурентам.

Таблица – Система процессов управления конкурентоспособностью предприятия первого и второго уровня

Процессы управления первого уровня	Подсистема управления конкурентоспособностью менеджмента	Подсистема управления экономической безопасностью	Подсистема управления маркетингом	Подсистема управления инновационным менеджментом	Подсистема управления конкурентоспособностью персонала	Подсистема управления производством с позиций конкурентоспособности	Подсистема управления конкурентоспособностью материальных ресурсов	Подсистема управления конкурентоспособностью товара
	Процессы второго уровня							
Планирование	Планирование подсистемы управления конкурентоспособностью менеджмента	Планирование подсистемы управления экономической безопасностью	Планирование подсистемы управления маркетингом	Планирование подсистемы управления инновационным менеджментом	Планирование подсистемы управления конкурентоспособностью персонала	Планирование подсистемы управления производством с позиций конкурентоспособности	Планирование подсистемы управления конкурентоспособностью материальных ресурсов	Планирование подсистемы управления конкурентоспособностью товара
Реализация (создание)	Создание подсистемы управления конкурентоспособностью менеджмента	Создание подсистемы управления экономической безопасностью	Создание подсистемы управления маркетингом	Создание подсистемы управления инновационным менеджментом	Создание подсистемы управления конкурентоспособностью персонала	Создание подсистемы управления производством с позиций конкурентоспособности	Создание подсистемы управления конкурентоспособностью материальных ресурсов	Создание подсистемы управления конкурентоспособностью товара
Контроль	Контроль подсистемы управления конкурентоспособ	Контроль подсистемы управления экономическо	Контроль подсистемы управления	Контроль подсистемы управления инновационным	Контроль подсистемы управления конкурентоспо	Контроль подсистемы управления производством с позиций его	Контроль подсистемы управления конкурентоспо	Контроль подсистемы управления конкурентосп

	ностью менеджмента	й безопасностью	маркетингом	менеджментом	собностью персонала	конкурентоспособности	собностью материальных ресурсов	особностью товара
Воздействие (совершенствование)	Воздействие (совершенствование) на подсистему(ы) управления конкурентоспособностью менеджмента	Воздействие (совершенствование) на подсистему(ы) экономической безопасности	Воздействие (совершенствование) на подсистему(ы) управления маркетингом	Воздействие (совершенствование) на подсистему(ы) управления инновационным менеджментом	Воздействие (совершенствование) на подсистему(ы) управления конкурентоспособностью персонала	Воздействие (совершенствование) на подсистему(ы) управления производством с позиций конкурентоспособности	Воздействие (совершенствование) на подсистему(ы) конкурентоспособностью материальных ресурсов	Воздействие (совершенствование) на подсистему(ы) конкурентоспособностью товара

Список литературы:

1. Абдикеев Н.М. Реинжиниринг бизнес-процессов : учебник / Н.М. Абдикеев, Т.П. Данько, С.В. Ильдеменов, А.Д. Киселев. – 2-е изд., испр. – М. : Эксмо, 2007. – 592 с.
2. Береговая И.Б. Системный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия / И.Б. Береговая, Б.А. Береговой// Академический журнал ОГИМ: Интеллект. Инвестиции. Инновации. – Оренбург: ОГИМ. – 2012. – С. 117 – 120.
3. Большаков А. С. Менеджмент : учеб. пособие / А. С. Большаков – СПб. : Питер, 2000. – 160 с.
4. Всяких Е.И. Практика и проблематика моделирования бизнес-процессов / Е.И. Всяких, А.Г. Зуева, В.В. Носков, С.П. Киселев [и др.]. – М.: ДМК Пресс; М.: Компания АйТи, 2008. – 246 с. С.44.
5. Галямина И.Г. Управление процессами: учеб. для вузов/ И.Г. Галямина. – СПб.: Питер, 2013. – 304 с.
6. ГОСТ Р ИСО 9000-2001 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. – Введ. 2001 – 08 – 15. : Издательство стандартов, 2001. – 31 с.
7. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедуори. – М. : Дело, 1997. – 704 с.
8. Миндалев И.В. Моделирование бизнес-процессов: электронный учебно-методический комплекс [электронный ресурс]/ Красноярский гос. аграр. ун-т. Красноярск. 2009. URL <http://kgau.ru/istiki/umk/mbp/ch03s09.html/> (дата обращения 15.01.2014).
9. Непомнящий Е. Г. Экономика и управление предприятием: конспект лекций / Е.Г. Непомнящий. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 1997. – 374 с.
10. Попов В.П. Крайнюченко И.В. Глобальный эволюционизм и синергетика носферы : монография. – Ростов-н/Д: Изд-во АПСН СКНЦ ВШ, 2003. - <http://holism.narod.ru/> (дата обращения 12.01.2014)
11. Портных В. Процессы и инструменты управления бизнесом организации [электронный ресурс] / В. Портных - // <http://delovoyumir.biz/ru/articles/view/?did=11195> 03.05.2011 (дата обращения 15.12.13).
12. Силич В.А. Моделирование и анализ бизнес-процессов: учеб.пособие/ В.А. Силич, М.П. Силич. – Томск: Изд-во Том. Гос. ун-та систем управления и радиоэлектроники, 2011. – 212 с. С. 41.
13. Твой бизнес: идеи бизнеса и бизнес-планы: сайт. URL http://tvoybiz.biz/publ/klassifikacija_biznes_processov/1-1-0-1534/ (дата обращения 15.01.2014).

References:

1. Abdikeyev N.M. Business Process Reengineering: textbook / N.M. Abdikeyev, T.P. Danko S.V. Ildemenov, A.D. Kiselev. - 2nd ed., Rev. - M.: Penguin Books, 2007. - 592 p.

2. Beregovaya I.B. Systematic approach to managing enterprise competitiveness / I.B. Beregovaya, B.A. Beregovoy // Academic Journal OGIM : Intellect . Investment. Innovation. - Orenburg OGIM . - 2012 . - S. 117 - 120.
3. Bolshakov A. Management : Textbook. Benefit / A. Bolshakov - St. Petersburg. Peter , 2000. - 160 .
4. Vsyakih E.I. Practice and problems of business process modeling / E.I. Vsyakih, A.G. Zuev V.V. Noskov, S.P. Kiselev [et al.] - M.: DMK Press , M. : IT Co. , 2008 . - 246 . P.44 .
5. Galyamina I.G. Process Management : Textbook. for schools / I.G. Galyamina . - St. Petersburg. : Peter , 2013 . - 304 .
6. GOST R ISO 9000-2001 Quality Management System . Fundamentals and vocabulary . - Enter . 2001 - 08 - 15 . : Publishing Standards , 2001 . - 31 p.
7. Meskon M.H. Fundamentals of Management / M. Meskon, M. Albert , F. Heduroi . - Moscow: Delo , 1997 . - 704 .
8. Mindalev I.V. Modeling of business processes : electronic training complex [electronic resource] / Krasnoyarsk State . agrarian . Univ . Krasnoyarsk . 2009 . URL <http://kgau.ru/istiki/umk/mbp/ch03s09.html/> (date accessed 15.01.2014) .
9. Nepomnyashchiy G. Economics and Business Management : lecture notes / EG Forgetful. - Taganrog TSURE , 1997 . - 374 p.
10. Popov V.P. Krajnjuchenko I.V. Global synergy and evolutionism nosfery : monograph . - Rostov- N / D. Univ APSN SKNTS VS 2003 . - [Http://holism.narod.ru/](http://holism.narod.ru/) (date accessed 12.01.2014)
11. Portnov B. Processes and business management tools organizations [electronic resource] / V. Portnov - // <http://delovoymir.biz/ru/articles/view/?did=11195> 03.05.2011 (date accessed 15.12.13) .
12. Silich V.A. Modeling and analysis of business processes : ucheb.posobie / V.A. Silich , M.P. Silich . - Tomsk : Univ . State . Univ Control Systems and Radioelectronics , 2011 . - 212 . C. 41.
13. Your business: business ideas and business plans: poster. URL http://tvoybiz.biz/publ/klassifikacija_biznes_processov/1-1-0-1534/ (date accessed 15.01.2014) .

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВА TQM ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ПОСТАВКИ БОРТОВОГО ПИТАНИЯ

БРЕУС В.А.

УКРАИНА, НАЦИОНАЛЬНЫЙ АЭРОКОСМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ.Н.Е.ЖУКОВСКОГО
«ХАИ»

QUALITY MANAGEMENT TQM TO IMPROVE SUPPLE POWER TRIP

BREUS.V.A

UKRAINE, NATIONAL AEROSPACE UNIVERSITY IM. N.E. ZHUKOVSKY "HAI"

Аннотация. Анализируются проблемы поставок бортового питания. Рассматриваются основные методы и подходы по улучшению качества поставок питания. Рассматриваются варианты отбора наилучшего поставщика для поставок продуктов питания на борт самолета. Рассматривается применение математической модели для улучшения качества поставок бортового питания, путем выбора наиболее оптимального поставщика.

Abstract. Analyzes the problems of catering supplies. The basic methods and approaches to improve the quality of food supplies. Discusses options for selecting the best supplier for food supplies on board the aircraft. The application of mathematical models to improve the quality of catering supplies, by choosing the most suitable provider.

Ключевые слова: бортовое питание, система качества, математическая модель, процесс, инновация.

Keywords: board meals, quality system, the mathematical model, a process innovation.

Введение

Конкурентоспособность продукции и услуг является комплексным показателем, на который влияют качество продукции, цена, сроки поставок, удобство обслуживания и ремонта, имидж производителя и ряд других факторов.

Постановка задачи исследования

Система контроля исполнения договоров поставки должна позволять накапливать информацию, необходимую для расчета и определения наилучшего поставщика. Перед расчетом рейтинга следует определить, на основании каких критериев будет приниматься решение о предпочтительности того или иного поставщика. Как правило, в качестве таких критериев используются цена, качество поставляемых товаров и надежность поставки.

Решение задачи

Первоначально необходимо оценить каждого из поставщиков по каждому из выбранных критериев, а затем умножить вес критерия на оценку. Вес критерия и оценка в данном случае определяются экспертным путем.

Рейтинг определяется суммированием произведений веса критерия на его оценку для данного поставщика. Рассчитывая рейтинг разных поставщиков и сравнивая полученные результаты, определяют наилучшего партнера.

Что касается повышения конкурентоспособности работы поставок питания на борт самолета, то здесь используется система качества TQM. В данной структурной модели участвуют потребитель, поставщик и внешняя среда, полностью или частично управляемых объектов.

Данный инновационный процесс вводится в качестве элемента обратной связи управления процессом жизненного цикла продукции в модель системы менеджмента качества продукции (СМК). Так как модель СМК, согласно стандартам ИСО серии 9000, предполагает только управление

результатами, то введение инновации в виде обратной связи в модели СМК существенным образом меняет концепцию управления.

Система ИСО плавно переходит в новую концепцию QM (Quality Management) и TQM (Total Quality Management). Тем самым с введением в модель СМК инновации она преобразуется в систему управления процессами. Для описания модели используем понятия «объект», «свойства» и «отношения».

Предложенная инновационная модель TQM не противоречит модели СМК, основанной на процессном подходе стандартов ИСО серии 9000. Инновационная модель системы всеобщего менеджмента на основе качества (TQM) позволяет наглядно и более формализовано представить систему управления качеством продукции и процессов, а не только результатов с учетом их взаимодействия с окружающей средой и динамикой их осуществления. Благодаря инновационной модели TQM мы оцениваем динамические, прогнозируемые и статистические характеристики, а также моделируем влияние различных факторов на устойчивость системы в целом.

В качестве исходного понятия для выявления компонентов математической модели, по определению наиболее оптимального поставщика, мы можем представить:

поставщика предприятия и результаты его деятельности оценивается вектором свойств $X = \{x_i\}$, $i = 1, \dots, n$; действие окружающей среды - вектором $Z = \{z_j\}$, $j = 1, \dots, m$; сам процесс F_1 - множеством ресурсов $V = \{v_k\}$, $k = 1, \dots, h$; потребительские свойства получаемого продукта или услуги с учетом мнений потребителя – вектором $Y = \{y_l\}$, $l = 1, \dots, u$; инновации на всех стадиях жизненного цикла продукции F_2 - вектором $S = \{s_r\}$, $r = 1$.

Значения свойств каждого из перечисленных множеств измеряемы независимо от того, управляемы они или неуправляемы. Деятельность поставщика, описываемая вектором X , является входом управляемого процесса и определяется функцией F и вектором V . Окружающая среда, описываемая вектором Z , является также входом для управляемого

процесса F_1 , и определяет условия его функционирования. Обратной связью является инновационный процесс, описываемый функцией F_2 и вектором S . Выходом являются оценки потребителя, описываемые вектором Y .

С учетом времени t , результат выполнения процессов F_1, F_2 можно представить в виде функции:

$$Y = F_1(x, v, t, z) \setminus L + F_1(x, v, t, z) F_2(y, s, t, j). \quad (1)$$

С точки зрения теории управления, на основании данной модели можно строить и анализировать пять принципиально различных контуров управления: по входу (по параметрам вектора X), по внутренним параметрам управляемого процесса (по вектору V), по вектору окружающей среды Z , по инновационной обратной связи (вектору S), по выходным параметрам Y и, наконец, по динамике управления процессом Z . Для каждого из перечисленных контуров необходимо измерять свое математическое описание с целью дальнейшего моделирования механизма управления качеством.

В целом структурную модель управления качеством продукции в условиях TQM представлена на рис. 1.

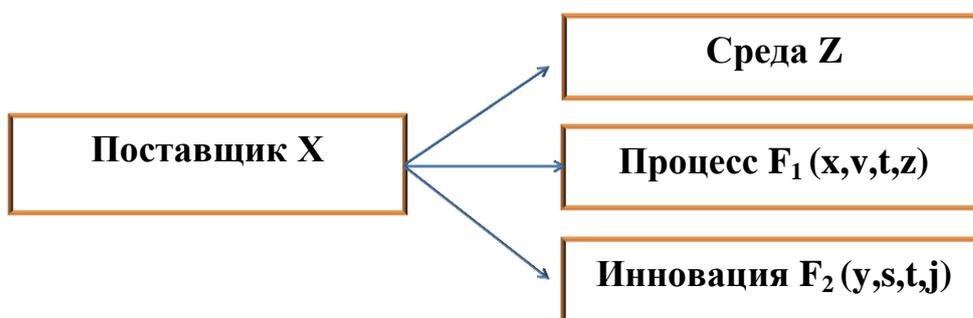


Рисунок 1 - Структурная модель типового процесса производства

Предложенная модель механизма управления качеством продукции на предприятии на основе концепции TQM позволяет описать математическую модель данной системы управления, используя традиционные математические методы анализа и синтеза.

Выводы и перспективы дальнейших исследований в данном направлении

1. Механизм управления качеством продукции позволяет представить как совокупность взаимосвязанных объектов и субъектов управления, используемых принципов, методов и функций управления на различных этапах жизненного цикла продукции и уровнях управления качеством.
2. Предложенная модель по выбору наиболее оптимального поставщика бортового питания, в совокупности с системой TQM, позволяет определить оптимального поставщика по всем критериям полноценной работы системы Кейтеринг, а также улучшает качество поставок питания на борт самолета при меньших затратах времени и ресурсов.

Список литературы:

1. Богатырев А.А. Стандартизация статистических методов управления качеством. [Текст] / Богатырев А.А., Филиппов Ю.Д.- К.: Москва.: Изд. Стандартов. 1989 - 121с.
2. Мюллер К. Некоторые аспекты внедрения системы качества в промышленности. [Текст] / Мюллер К.- К.: Москва 1998. Изд.Стандартов №3 - 58-64 с.

References:

1. Bogatyrev AA Standardization of statistical methods of quality control. [Text] / Bogatyrev AA Filippov YD - K.: Moscow.: Univ. Standards. 1989 - 121с.
2. Mueller K. Some aspects of the implementation of the quality system in the industry. [Text] / K. Muller - K.: Moscow 1998. Izd.Standartov number 3 - 58-64 s.

ВЗАИМОВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

ГАПОНОВА С.Н.

РОССИЯ, ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНЖЕНЕРНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ

INTERFERENCE OF DEVELOPMENT OF NATIONAL ECONOMY AND BUSINESSES

GAPONOV S.N.

RUSSIA, VORONEZH STATE UNIVERSITY ENGINEERING TECHNOLOGIES

Аннотация: доказано, что развитие национальной экономики и предпринимательства тесно связаны и оказывают взаимное влияние.

Abstract: it is proved that development of national economy and business are closely connected and have mutual impact.

Ключевые слова: экономический рост, производительность труда, выручка, рост предпринимательства, инвестиции, кредит, рейтинг стран, создающих благоприятные условия для предпринимательства.

Keywords: economic growth, labor productivity, revenue, growth of business, investment, the credit, rating of the countries creating favorable conditions for business.

Российское предпринимательство является важной составной частью национальной экономики страны. В настоящее время половина предпринимательства нашей страны, основана на частной собственности, другую половину составляют государственные предприятия. Поэтому до

сих пор государство остается главным совокупным предпринимателем в российской экономике, что не может не откладывать отпечатка на характер и результаты деятельности всей экономики в целом. В планах самого государства стоит задача сокращения доли госсектора с половины до четверти к 2020 году, о чем было заявлено первым вице-премьером И. Шуваловым на Гайдаровском форуме в январе 2014 г.

Вне зависимости от вида формы собственности на экономику предпринимательства большое влияние оказывают внешнеэкономическая среда, складывающаяся в каждый конкретный исторический период его развития. На данный момент национальная экономика и экономика предпринимательства подводят итоги прошедшего 2013 года и определяют перспективы развития на 2014 год. Обозначим положительные и отрицательные тенденции 2013 года, отталкиваясь или преодолевая которые, предпринимательство должно двигаться дальше.

Вначале отметим то положительное, что удалось достичь в экономике и что следует развивать в будущем. В соответствии с исследованиями, проведенными Высшей школой менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета, количество предпринимателей в стране в 2013 году достигло 5,75 % трудоспособного населения страны. Данный показатель сопоставим с аналогичными показателями в Норвегии (6,25%), Греции (5,51%), Финляндии (5,29%) и Испании (5,21%). Можно сказать, что здесь мы находимся в соседстве достаточно развитыми капиталистическими национальными экономиками стран Западной Европы, но, которые, по-прежнему испытывают отрицательные последствия мирового экономического кризиса. Если сравнить этот показатель с развивающимися странами БРИКС, то картина складывается иная. По степени нарастания этого показателя данные страны можно расположить следующим образом: Индия (9,88%), ЮАР (10,59%), Китай (14,02%) и Бразилия (17,3%). В этих странах данный показатель выше соответственно в 1,72, 1,84, 2,44 и 3 раза. Таким образом, данное сравнение показывает определенный прогресс и достижения в рассматриваемой области, а другое показывает, что есть еще большие перспективы роста и необходимо наращивать его темпы.

В качестве определенного достижения нашей экономики, имеющее непосредственное влияние на развитие предпринимательства, является повышение на 13 позиций рейтинга Bloomberg «Best for doing business» в перечне стран, создающих оптимальные условия его деятельности. Набрав 61,6 балла из 100 возможных, Россия разделила 43 место с Оманом. 42 место принадлежит Болгарии – 61,9 баллов, а первое – Гонконгу, у которого 83,4 балла. Аналитики Bloomberg отмечают, что все страны БРИКС в 2013 году добились новых достижений. Так, Россия с 56 места передвинулась на 43, Индия с 48 на 54, а Бразилии удалось сделать скачок с 61 на 38 место, а Китаю удалось сохранить за собой самое высокое – 28 место. Здесь, также как и в первом случае, очевиден значительный положительный сдвиг нашей экономики, однако приведенные данные показывают, что это далеко не предел и необходимо наращивать усилия для нового движения вперед.

Как положительные макроэкономические тенденции можно назвать удержание дефицита бюджета и инфляции на предельно низком уровне. Так, в соответствии с предварительной оценкой Министерства финансов РФ, в 2013 году доходы федерального бюджета достигнут 13,02 трлн рублей, а дефицит федерального бюджета не превысит в относительном выражении 0,5%, в абсолютном составит 310,518 млрд руб. Инфляция на конец декабря равнялась 6,5%, что на 0,1 процентных пункта меньше, чем в 2012 году (6,6 %). Названные показатели отражают определенную стабильность экономической среды для развития предпринимательства.

Более того, утвержденный на 2014-2016 гг. прогноз социально-экономического развития предполагает увеличение ВВП в 2014 г. на 3%. Президентом России дано поручение Центральному банку найти пути стимулирования сокращения процентных ставок рублевых кредитов организациям в сфере производства. Возможность получения сравнительно более доступного дешевого кредита должна способствовать росту инвестиций и увеличению объемов производства. В этом контексте следует сказать о российской государственной корпорации Ростех, которая планирует потратить до 2020 г. на техническое перевооружение 1 трлн

руб. К указанному сроку совокупный объем выручки должен будет вырасти по отношению к 2010 году в 3,7 раза.

Большим шагом вперед по улучшению условий деятельности предпринимательства будет принятие закона об упрощении налогового учета, а также приведения к общему знаменателю принципов исчисления налоговой базы по налогу на прибыль предприятия с инструкциями подсчета финансовых показателей в бухгалтерском учете. Они будут отражены во второй части 25 главы «Федерального закона № 375042-6». Целью внесения этих поправок в данный закон является снижение административной нагрузки и затрат предпринимателей в ходе их деятельности.

Названные здесь меры, предпринимаемые государством с целью создания благоприятного климата для развития предпринимательства, далеко не единственные, но они отражают их разносторонность, целостность и эффективность. Однако, несмотря на все предпринимаемые усилия, во многих случаях ситуация складывается далеко не самым лучшим образом. Ярким тому примером может служить достаточно большой отток капитала из российской экономики. «УралСиб Кэпитал» подготовил аналитический обзор на основе данных Emerging Portfolio Fund Research (EPFR), в которых говорится, что только за неделю с 8 по 15 января 2014 года отток составил 80 млн долл., что практически в 2 раза больше, чем на неделю раньше. Аналитики констатируют тот факт, что отток продолжается в течение последних пяти недель. Министерство экономического развития РФ дает неутешительный прогноз 30 млрд долл. оттока капитала из страны в 2014 году, но это будет все же меньше, чем в 2013 г., т.к. пока что по неутонченным данным их величина должна составить 55-60 млрд долл.

Думается, что данный факт объясняется тем, что в предыдущие годы, когда в экономиках большинства развитых европейских государств наблюдался спад, темпы экономического роста в России были весьма притягательны для инвесторов. Достаточно вспомнить, что в 2012 году ВВП вырос на 3,4%, но уже в 2013 году он сократился практически вдвое и

составил 1,5%, а возможно последующие уточнения покажут еще меньший рост. В 2014 году российская экономика может оказаться в противофазе к экономическому росту мировой экономики, который прогнозируют на 3,5%, в то время как в российской экономики в самом лучшем случае он составит всего 2,5%. Правда, в двадцатых числах января 2014 г. рейтинговая компания Moody's повысила прогноз экономического развития российской экономики основываясь на том, что будущие Олимпийские игры 2014 года могут способствовать бурному развитию туризма и всех отраслей, связанных с ним, что, в свою очередь, приведет к более эффективному развитию целого ряда связанных с ним отраслей, и позитивно скажется на всей экономике в целом.

Снижение ВВП в 2013 году объясняется снижением темпов роста в целом всего предпринимательства, так, если в 2012 году они составили 24%, то в 2013 г. всего 6,6%. Особенно заметными стали провалы в черной (- 2,3%) и цветной (- 3,1%) металлургии, в энергетике (- 1,6%) и угольной отрасли (- 0,5 %). Главной причиной этого падения стало мировое падение спроса, сокращение экспорта, а следовательно, сокращение объемов производства и доходов.

Положительные тенденции развития показал отечественный машиностроительный комплекс (+ 18,8%) во многом благодаря автопрому, который был поддержан государственной политикой автокредитования покупки автомобилей отечественного производства. На 26,5 % выросла выручка предприятий, относящихся к оборонно-промышленному комплексу, в частности «Адмиралтейские верфи» показали рост оборота за год на 75,8%, а рост оборота компании «Информационные спутниковые системы им. Академика М.Ф. Решетникова» составил 56,6%.

Хорошие показатели продемонстрировали отрасли экономики, работающие на потребительском рынке. Это прежде всего банки, страховые компании и предприятия розничной торговли. Так, если в 2012 году банки показали прирост оборота 17,5 %, то в 2013 году – 30,8%, т.е. на

целых 13,3 процентных пункта больше. В розничной торговле прирост составил 20,4%.

В целом можно заключить следующее. Отрасли, относящиеся к крупному бизнесу, ориентированные на внутренний рынок в целом показали хорошие результаты экономического развития, а отрасли избыточно ориентированные на экспорт, понесли потери и оказались в убытке.

Помимо внешнеэкономических причин падения экономической эффективности предпринимательства существуют и внутренние причины. К одной из наиболее важной следует отнести нежелание российского бизнеса вкладывать инвестиции в развитие основного капитала. Это подтверждает следующая динамика капиталовложений в основные фонды: 2011 г. – 8,3%, 2012 – 6,6%, 2013 – 2,5%, т.е. в 2013 они сократились в 3,32 раза, в то время как по существующей в стране ситуации они должны были бы во столько раз расти.

Наряду с этим показателем не менее значимым является показатель роста производительности труда. По подсчетам экспертов он в 3,4 раза меньше, чем в японских корпорациях, в 3 раза меньше, чем в странах Западной Европы и США, а также в 1,7 раз меньше, чем в крупнейших компаниях стран-членов БРИКС. При этом средняя «чистая» заработная плата в России в 2012 г. составила 23 000 руб., что равняется примерно 580 евро, и превышает среднюю заработную плату в Венгрии (494 евро), Литве (488 евро) и Латвии (487 евро). Приведенные данные говорят о том, что если раньше многие исследователи полагали, что низкая заработная плата не стимулирует к производительному труду, то ее повышение также не возымело должно действия и производительность труда продолжает оставаться на низком уровне.

На основе проведенного исследования, уместно высказать суждение, что выход из сложившегося положения надо искать в повышении качества менеджмента, совершенствовании бизнес-процессов, повышении профессионализма и квалификации работников, внедрении современных новых технологий и росте инвестиций.

МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Гудков И.В.

Россия, Московский психолого-социальный университет

MARKETING MANAGEMENT EDUCATIONAL INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION IN MODERN RUSSIAN ECONOMY: THEORY AND PRACTICE

GUDKOV I.V.

RUSSIA, MOSCOW UNIVERSITY OF PSYCHO-SOCIAL

В современной экономике России кардинально меняются взаимоотношения развивающихся образовательных организаций высшего образования с потребителями их услуг. Сложившаяся ситуация требует того, чтобы каждая образовательная организация высшего образования имела право и возможности выбирать индивидуальное направление развития, ориентируясь на определенную социально-профессиональную группу, запросы которой в образовании она и будет удовлетворять.

Исходя из вышесказанного, ключевую роль в развитии образовательных организаций высшего образования в условиях новой индустриализации

российской экономики приобретает наличие целостной системы маркетинга.

Отдельные элементы системы маркетинга применяются и в практике управления функционирующими образовательными организациями высшего образования, однако лишь непрерывное развитие дает возможность использования целостной системы маркетинга, всех ее элементов.

Система высшего образования является одной из наиболее перспективных сфер применения маркетинга. В условиях новой индустриализации российской экономики образовательные отношения все больше приобретает форму интеллектуально-информационных (образовательных) услуг, призванных удовлетворять образовательные потребности потребителя, которые мы определяем как потребности в образовании, воспитании, развитии, соответствующие социальному заказу общества, государства и его личным запросам.

Образовательную услугу можно определить как интеллектуальный продукт, призванный удовлетворять образовательные потребности и предложенный с этой целью на рынок образовательных услуг.

В содержательном плане под образовательной услугой мы понимаем, образовательную программу - комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий и в случаях, предусмотренных Федеральным законом, форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), иных компонентов, а также оценочных и методических материалов.

Образовательные услуги подразделяются на платные, в том числе оплачиваемые населением, предприятиями, учреждениями и организациями, и формально бесплатные для потребителя, то есть оплачиваемые из общественных фондов потребления, государственного бюджета, включая средства федерации, региона, муниципалитета.

Производством и реализацией образовательных услуг занимаются образовательные организации высшего образования. Участниками рыночных, а, следовательно, и маркетинговых отношений являются не только образовательные организации высшего образования, но и потребители (отдельные личности, предприятия и организации), многочисленные посредники (включая службы занятости, органы регистрации, лицензирования и аккредитации образовательных учреждений), а также общественные институты и структуры, причастные к продвижению образовательных продуктов и услуг.

Целевой результат маркетинговой деятельности - это наиболее эффективное удовлетворение потребностей личности в образовании, образовательной организации высшего образования - в развитии и благосостоянии его сотрудников, фирм и других организаций - заказчиков - в росте кадрового потенциала, общества в расширенном воспроизводстве совокупного личностного и интеллектуального капитала.

Таким образом, маркетинг образовательных услуг в условиях новой индустриализации российской экономики необходимо определить не только, и не столько, как деятельность на рынке образовательных услуг с целью удовлетворения образовательных потребностей потребителя. Целостная система маркетинга призвана увязать в единый процесс удовлетворение образовательных потребностей потребителя и достижение целей образовательной организации высшего образования, экономики и общества в целом по развитию.

Маркетинг - основа рыночной деятельности любого менеджера, в том числе руководителя образовательной организации высшего образования. Изначально маркетинг зародился на рубеже XX века как инструмент познания конкретной рыночной ситуации, как метод получения достоверной информации о спросе на товар, как методика изучения издержек обращения и как технология организации сбыта. С самого начала применения маркетинг расценивался как "философия современного бизнеса", поскольку он ориентировал предпринимателя на изучение

рынка, позволял достаточно достоверно предсказывать колебания спроса на продукцию и тем самым избегать перепроизводства товаров.

Считается, что общепринятая концепция маркетинга сложилась в конце 50-х годов XX века. Главным ее тезисом было положение о том, что удовлетворение запросов потребителя - основная задача производственной и сбытовой деятельности каждой организации. Но постепенно такая, хотя и важная, но однозначная ориентация только на запросы потребителей оказалась недостаточной, ибо она не учитывала таких факторов, как конкуренция и обеспеченность организации необходимыми ресурсами.

Ф. Котлер в своем фундаментальном труде дает следующее определение маркетинга: "Маркетинг - вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена" [6, 47]. Похожее определение дает другой классик маркетинга Б. Карлоф: "Маркетинг - это деятельность, нацеленная на создание спроса, формируемого на основе потребностей" [5, 85]. Л. Мобли и К. Маккеон в своем исследовании указывают, что "маркетинг" - система управления деятельностью фирмы по разработке, производству и сбыту товаров на основе изучения рынка и в интересах получения прибыли" [4, 83].

Е. Дихтль и Х. Хёршген отмечают, что в условиях постиндустриального общества понимание маркетинга изменилось. В настоящее время маркетинг можно толковать, во-первых, как принцип деятельности организации, который заключается в последовательном направлении всех решений на нужды потребителей (маркетинг как принцип управления организацией); во-вторых, маркетинг означает усилия по получению преимуществ у потребителей по сравнению с конкурентами с помощью комплекса специальных рыночных мероприятий (маркетинг как средство), в-третьих, маркетинг можно описать как систематический, опирающийся на современный инструментарий поиск решений (маркетинг как метод) [3, 8].

Известные российские ученые О.С. Виханский и А.И. Наумов рассматривают маркетинг как «функциональный процесс, охватывающий деятельность любой организации и являющийся объектом управления» [2, 11].

В.П. Буров, В.А Морошкин, О.К. Новиков предлагают в своей работе пять возможных концепций маркетинговой деятельности:

1. Концепция совершенствования производства (производственная) утверждает, что товары и услуги организации найдут своего потребителя, если они будут широко распространены и доступны по цене.
2. Концепция совершенствования товара (товарная) утверждает, что на рынке будут проданы товары и услуги, отличающиеся наивысшим качеством.
3. Концепция интенсификации коммерческих усилий (сбытовая) указывает, что товары и услуги будут реализованы, если организация затратит значительные усилия на сферу сбыта и стимулирования продаж.
4. Концепция маркетинга (потребительская) основана на том, что товары и услуги будут востребованы на рынке, если организация правильно определит нужды и потребности целевых рынков и удовлетворит их более эффективно и продуктивно, чем конкуренты.
5. Концепция социально-этичного маркетинга состоит в применении концепции маркетинга с учетом одновременного выполнения условия удовлетворения потребностей, как покупателей товаров, так и общества в целом [1, 46].

Проведение маркетинговой политики требует перестройки всей системы управления организацией, повышения эффективности деятельности всех подразделений, причем перестройка всей системы управления должна базироваться на основополагающих принципах маркетинга.

Принципы маркетинга можно определить как основные исходные положения маркетинга. Можно выделить три основополагающих принципа маркетинга:

1. Принцип "понимания потребителя", основанный на учете потребностей и динамике рыночной конъюнктуры. Деятельность организации просто невозможна в современных условиях, если она

ориентировано только на собственную выгоду, а не на понимание потребителей и его потребностей.

2. Принцип "борьбы за потребителя". Этот принцип реализуется воздействием на рынок и потребителя с помощью всех доступных средств (качество товара, реклама, сервис, цена и т.д.). Суть это принципа - борьба за потребителя, а не сбыт товара. Товар в данном случае - это лишь средство для достижения цели, а не сама цель.
3. Принцип максимального приспособления производства товаров к требованиям рынка. Данный принцип состоит в том, чтобы вся деятельность организации основывалась на знании потребительского спроса и его изменений в перспективе. Он ставит производство товаров в функциональную зависимость от запросов рынка и требует производить товары в ассортименте и объемах, нужных потребителю [1, 46].

Маркетинг призван выполнять две основные задачи:

Обеспечить удовлетворение потребностей потребителей и общества. С помощью маркетинга лучше удовлетворяются потребности людей, особенно их индивидуальные интересы и вкусы. Маркетинг дает возможности производителям работать не в слепую, а с точным расчетом на пользу потребителям, обществу и собственную выгоду.

Быть своеобразной философией предпринимательства и практического управления организацией. Без маркетинговых усилий добиться успеха на рынке становится все более сложным, особенно на рынке новых товаров и услуг. В современных условиях только маркетинговое мировоззрение руководителей организаций способно выработать эффективную стратегию для организации, направленную на укрепление или захват позиций на рынке товаров или услуг, более того, наибольших успехов добиваются такие организации, в которых маркетинг стал философией всего коллектива.

Исходной идеей, лежащей в основе маркетинга, является идея человеческих нужд. Ф. Котлер определяет нужду как "чувство, ощущаемое человеком нехватки чего-либо" [6, 47]. Он указывает, что нужды людей

многообразны и сложны и включают в себя не только физиологические и социальные нужды, но и личные нужды в знаниях и самовыражении.

Второй исходной идеей маркетинга является идея человеческих потребностей. "Потребность - пишет Ф. Котлер, - это нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида" [6, 47]. Потребности выражаются в объектах, способных удовлетворить нужду тем способом, который присущ культурному укладу данного общества. Потребности практически безграничны, а ресурсы для их удовлетворения ограничены. Поэтому потребитель будет выбирать те товары, которые доставят ему наибольшее удовлетворение в рамках его возможностей.

Ключевым понятием маркетинга является запрос - "потребность, подкрепленная покупательной способностью" [6, 48]. Запрос потребителя призван удовлетворить товар или услуга - "все, что предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления" [6, 49]. Для удовлетворения своих нужд и запросов потребитель прибегают к помощи обмена. "Обмен - это акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен" [6, 51].

Основной единицей измерения в сфере маркетинга является сделка - "коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами" [6, 52]. Сделка возможна лишь в условиях рынка - "совокупности существующих и потенциальных покупателей товара".

Главное в маркетинге - целевая ориентация на комплексность, то есть слияние в единый технологический процесс всех отдельных элементов предпринимательской, хозяйственной, производственно-сбытовой деятельности для достижения устойчивой рентабельности в заданных временных пределах. Комплексность означает применение маркетинга, как целостной системы, а не отдельных ее составляющих.

По мнению Ф. Котлера, система маркетинга состоит из следующих элементов: анализ рыночных возможностей (исследования внешней и внутренней среды предприятия), отбор целевых рынков (сегментирование

рынка), разработка комплекса маркетинга (разработка товара, установление цен, методы распространения товара, стимулирование сбыта), претворение в жизнь маркетинговых мероприятий [6, 83].

Для реализации содержания маркетинга возможно использовать следующие методы:

- маркетинг, ориентированный на продукт, на изделие или услугу.
- маркетинг, ориентированный на потребителя, на особую клиентуру.

Каждый из этих методов маркетинга нацелен на один из двух основных компонентов, обеспечивающих организации рост доходов в современных условиях: это продукт и его потребитель. В современных условиях все большее значение приобретает еще один метод маркетинга - интегрированный маркетинг, сущность которого в одновременном создании и продукта, и его потребителя.

Новый качественный этап развития маркетинга начался примерно в середине 1980-х гг. и длится по настоящее время. Современный маркетинг реализуется в концепциях стратегического, социально-ориентированного (социально-этичного), индивидуального маркетинга, маркетинга отношений, маркетинга больших социальных общностей – мезо - и мегамаркетинга [8, 18].

Особого внимания заслуживает маркетинг долгосрочных партнерских отношений и его ядро – концепция индивидуального маркетинга [8,20].

Индивидуальный маркетинг – это непрерывное использование на практике знаний об индивидуальном потребителе, полученных с помощью интерактивной коммуникации и помогающих создавать и продвигать продукты и услуги с целью обеспечить непрерывные и долгосрочные взаимовыгодные отношения.

Индивидуальный маркетинг уже получил развитие в сферах, где повторяемость покупки является частью формулы успеха. Доверительные отношения при этом важнее, чем активное (и навязчивое) продвижение товара, чем современные технологии.

В последнее время стали использоваться такие термины, как «традиционный (старый)» и новый маркетинг. Имеется в виду, что первый ориентирован на увеличение объема продаж, рыночной доли, прибыли, тогда как новый маркетинг — на увеличение стоимости бизнеса, существенную часть которого могут составлять нематериальные активы, включающие потребительский капитал. С этой точки зрения усиливается ориентация на долгосрочную перспективу всех направлений маркетинговой деятельности.

Все более широкое распространение получают такие виды маркетинга, как вертикальный (vertical) и вторичный, или латеральный (lateral), маркетинг. Этим видам маркетинга не дается конкретное определение, а скорее описываются их особенности и характерные для них методы, часто на примерах.

Вертикальный маркетинг основан на выборе новых направлений использования старых идей.

Вторичный маркетинг, в противоположность вертикальному, основан на использовании новых идей. Вторичный маркетинг — это комбинация, как правило, двух идей с целью создания новой.

Наиболее востребованной концепцией маркетинга в современном мире становится концепция холистического маркетинга. Понятие холистический маркетинг введено в научный оборот классиком маркетинга Филиппом Котлером и его соавтором К.Л. Келлером в их совместной работе «Маркетинг-менеджмент» [7].

Целостная система маркетинга (холистический маркетинг) образовательной организации высшего образования, по мнению автора, состоит из маркетинговой и управленческой компонент. По нашему мнению, непосредственно к маркетинговой компоненте системы маркетинга образовательной организации высшего образования относится разработка комплекса маркетинга образовательной организации высшего образования. Комплекс маркетинга образовательной организации

высшего образования состоит из четырех элементов: услуга, цена на нее, методы ее реализации, методы стимулирования ее спроса.

Маркетинговое управление образовательной организацией высшего образования, по мнению автора, представляет собой двухуровневую систему, состоящую из управления маркетингом и собственно маркетингового управления образовательной организацией высшего образования.

Первый уровень маркетингового управления образовательной организацией высшего образования представляет собой управление маркетингом.

Управление маркетингом - это целенаправленное взаимодействие руководителей образовательной организации высшего образования и всех участников образовательных отношений по более качественному удовлетворению потребностей потребителей и достижению целей образовательной организации высшего образования по развитию.

Функция управления маркетингом - это элемент единого процесса управления маркетингом образовательной организации высшего образования.

Новый состав бинарных функций управления предложил в своей работе П.И. Третьяков: информационно-аналитическую, мотивационно-целевую, плано-прогностическую, организационно-исполнительскую, контрольно-диагностическую, регулятивно-коррекционную [9].

Мы считаем, что бинарные функции управления позволят более эффективно осуществлять управленческую деятельность руководителей образовательных организаций высшего образования по организации и управлению целостной системы маркетинга, так как позволяют более четко обозначить существенные аспекты каждой из функций управления и тем самым определить их целевое назначение.

Системообразующей функцией управления маркетингом, по нашему мнению в современных условиях, является мотивационно-целевая.

Таким образом, система управления маркетингом образовательной организации высшего образования в условиях новой индустриализации российской экономики состоит из следующих функций управления: мотивационно-целевой, информационно-аналитической, планово-прогностической, организационно-исполнительской, контрольно-диагностической, регулятивно-коррекционной.

Второй уровень маркетингового управления образовательной организацией высшего образования представляет собой собственно маркетинговое управление образовательной организацией высшего образования.

Возможность и необходимость маркетингового управления образовательной организацией высшего образования определяют следующие тенденции развития систем управления образовательных организаций высшего образования:

1. Переход от формальных к неформальным органическим системам управления (софтизация экономических процессов, автоматизация производственных процессов, нацеленность педагогических и научных работников на реализацию своих способностей)
2. Развитие экономической самостоятельности и ответственности образовательной организации высшего образования (создание центров прибыли (бизнес-центров), максимальная степень удовлетворения потребностей потребителей)
3. Нацеленная кадровая политика (гарантированная занятость, уважение личности, обеспечение единого статуса всех педагогических и научных работников)
4. Ориентация на сотрудника (раскрепощение творческой энергии сотрудника, предоставление возможности проявить инициативу, предприимчивость, самостоятельность, индивидуализм, удовлетворение материальных потребностей педагогических и научных работников)
5. Формирование высокоэффективных внутриорганизационных связей (развитие информационных технологий, совершенствование

горизонтальных связей внутри образовательной организации высшего образования).

Маркетинговое управление образовательной организацией высшего образования – это философия деятельности руководителей, педагогических и научных работников, всех участников образовательных отношений направленная на внедрение принципов и методов маркетинга в практическое управление всех служб и подразделений образовательной организации высшего образования.

Маркетинговое управление образовательной организации высшего образования в условиях новой индустриализации российской экономики, по нашему мнению, должно включать в себя следующие процессы:

1. Внутренний маркетинг – обеспечение того, чтобы руководители образовательной организации высшего образования, педагогические и научные работники максимально возможно опирались в своей практической деятельности на основополагающие принципы маркетинга.
2. Интегрированный маркетинг – одновременное создание и образовательной услуги и ее потребителя.
3. Маркетинг взаимоотношений – построение долгосрочных партнерских отношений со всеми участниками образовательных отношений.
4. Социально ответственный маркетинг – понимание ответственности своих действий и результатов деятельности перед обществом и государством.

Реализация концепции маркетингового управления образовательной организации высшего образования в условиях новой индустриализации российской экономики возможно лишь при коренной реорганизации всех процессов управления образовательной организации высшего образования, переходу к управлению ей как открытой системой.

Управление образовательными организациями высшего образования как закрытой системой, по нашему мнению, предопределяется в современной России следующими факторами:

- основной целью управления является внеэкономическая, то есть получение максимально возможного бюджетного финансирования;
- внешняя среда организации в этой ситуации достаточно прогнозируемая;
- в условиях прогнозируемой внешней среды каждый сотрудник обладает точно описанными правами и следует четко определенным методам работы;
- контроль и ответственность определяется положением в иерархии и должностью;
- в этой ситуации управление носит авторитарный характер (инструкции, правила, решения).

Управление образовательными организациями высшего образования в условиях новой индустриализации российской экономики как открытой системой, предопределено следующими факторами.

- основной целью управления является выживание в условиях совершенной неопределенности и нестабильности внешней среды;
- в условиях совершенной неопределенности и нестабильности внешней среды отсутствует четкий алгоритм управленческих действий;
- в отсутствии четкого алгоритма управленческих действий каждый сотрудник несет ответственность за отдельную проблему;
- в ситуации индивидуальной ответственности за отдельную проблему на первый план выходят личностные качества и компетентность сотрудников;
- при высоком уровне ответственности и компетентности сотрудников управление носит демократический характер (информация, предложения, советы).

Закрытая система характерна в современной России для крупных, прежде всего государственных, образовательных организаций высшего образования, зачастую занимающих монопольное положение на рынке, характеризующегося относительно стабильной внешней средой и понятными тенденциями развития. Руководитель образовательной организации высшего образования в этой ситуации должен предвидеть и корректировать повседневные задачи, принятые обязательства. Менеджмент образовательной организации высшего образования в закрытой системе должен быть ориентирован на оперативное управление, с помощью которого оптимизируется структура факторов производства образовательных услуг и всего образовательного процесса. Модель позволяет установить связи и зависимости между различными факторами производства образовательных услуг, что составляет ее сильную сторону. В модели недостаточно учитывается роль человеческого фактора в эффективной работе образовательной организации высшего образования.

Открытая система характерна для образовательных организаций высшего образования в условиях постоянно меняющейся внешней среды, динамично развивающегося рынка. Менеджмент образовательной организации высшего образования должен строить свою работу в зависимости от быстро меняющихся задач и событий, которые невозможно предвидеть. От менеджмента организации требуются творческий подход, новаторство. Главная идея открытой системы заключается в признании взаимосвязей и взаимозависимости элементов, подсистем и всей системы управления образовательной организации высшего образования в целом с внешней средой. Главным направлением деятельности менеджмента организации становится маркетинговое управление. Эффективность деятельности образовательной организации высшего образования при этом оценивается как системная целесообразность, учитывающая его способности к саморегулированию и самоорганизации, а также к достижению целей при изменении внешних условий.

Переход к маркетинговому управлению образовательной организации высшего образования требует соблюдения следующих условий:

- высокая культура рыночных отношений и внутриорганизационная культура;
- широкая и надежная информация о потребителях, партнерах и конкурентах, а также о потенциале самой образовательной организации высшего образования;
- наличие сотрудников, владеющих инструментами маркетингового управления и обладающих маркетинговым мышлением.

Поэтому использование принципов маркетингового управления в российских образовательных организациях высшего образования предполагает проведение целого комплекса подготовительных работ.

Главные направления этой работы:

1. Создание маркетинговой информационной системы образовательной организации высшего образования.
2. Разработка достаточно простого маркетингового инструментария, позволяющего использовать его в своей деятельности максимально возможному количеству сотрудников образовательной организации высшего образования.
3. Подготовка и переподготовка руководителей, педагогических и научных работников образовательной организации высшего образования в области маркетингового управления.

По нашему мнению, маркетинговое управление образовательной организации высшего образования в условиях новой индустриализации российской экономики должно иметь следующие характеристики:

- небольшие подразделения, укомплектованные небольшим числом высококвалифицированных сотрудников;
- небольшое число уровней управления;
- организационная структура, основанная на командах специалистов;
- ассортимент и качество образовательных услуг, ориентированные на потребителя и потребности новой индустриализации экономики.

Необходимым условием для перехода к маркетинговому управлению образовательной организации высшего образования является

совершенствование организационной структуры управления, для осуществления которого считаем целесообразным переходить от организационных структур иерархического типа (линейно-функциональных, дивизиональных) к структурам органического типа: матричным, программно-целевым и командным.

Организационные структуры управления образовательными организациями высшего образования иерархического типа в современной России характеризуются следующими факторами:

- концепцией построения является четко определенная иерархия;
- тип руководства – моноцентрический, постоянный;
- все сотрудники имеют четко определенные обязанности и права;
- в организации труда присутствует жесткое разделение функционала;
- источником эффективности является рационально структурированная структура.

По нашему убеждению, организационные структуры управления образовательными организациями высшего образования в условиях новой индустриализации российской экономики должны иметь следующие характеристики:

- концепцией построения должно стать отсутствие жесткой иерархии;
- тип руководства должен поменяться на полицентрический, предполагающий смену лидеров по ситуациям;
- в основе образовательных отношений должна лежать гибкая система норм и ценностей;
- в организации труда присутствовать временное закрепление функций за группами;
- источниками эффективности выступать развитие персонала, самоорганизация, инициатива работников.

Важнейшим методом реализации концепции маркетингового управления образовательной организацией высшего образования в условиях новой индустриализации российской экономики является разработка целевых маркетинговых программ, направленных на более

качественное удовлетворение потребностей потребителей и достижение целей образовательной организации высшего образования, экономики и общества в целом по развитию.

По нашему мнению, разработка и реализация целевых маркетинговых программ будет наиболее эффективной при использовании командного подхода при организации труда сотрудников образовательной организации высшего образования.

В последнее время преуспевающие руководители образовательных организаций высшего образования стремятся к полному делегированию полномочий, когда руководитель передает полностью и права и ответственность за принятие решений в конкретном направлении одному из сотрудников образовательной организации высшего образования. Важным участком деятельности руководителя становится при этом создание и функционирование эластичных, самонастраивающихся структур, которые называют командой.

При формировании команды должны быть учтены следующие требования:

- каждый участник команды обязан во всей полноте осознавать цель, поставленную перед коллективом. Оптимально, когда в формировании и уточнении цели участвует вся команда;
- команда функционирует как единый организм, причем ответственность за результаты также носит коллективный, а не индивидуальный характер;
- любой участник команды должен постоянно совершенствовать свою квалификацию, чтобы обладать универсальными, энциклопедическими в своей сфере знаниями, трудовыми навыками. Он должен быть способен в любое время оказать помощь в этом нуждающемуся члену коллектива, постоянно взаимодействовать со всеми членами коллектива. В то же время команда не может диктовать состоящим в ней партнерам свою волю — каждый сохраняет собственную самостоятельность;

- все члены команды имеют равные права в ее работе, планируя свою личную трудовую деятельность и деятельность всего коллектива, участвуя в формировании плана работы каждого члена команды;
- подбор участников командного коллектива осуществляется, в первую очередь, по психологической совместимости;
- обязанности каждого участника команды уточняются, но достаточно гибко. В процессе выполнения плановых заданий распределение функций, как правило, постоянно изменяется;
- управление командой осуществляется коллективно. За руководителем закрепляются функции координации и представления интересов команды во внешней среде.

Применение холистического маркетинга в деятельности образовательной организации высшего образования кардинально меняет роль отдела маркетинга образовательной организации высшего образования. Маркетинг слишком важен, чтобы им занимался только один этот отдел. Сама образовательная организация высшего образования становится одним большим отделом маркетинга. Маркетинг должен быть целостным, а не замыкаться внутри одного «профильного» отдела. По сути, речь идет о поднятии маркетинга на общеорганизационный уровень.

Руководители образовательной организации высшего образования, все педагогические и научные работники свою деятельность независимо от того, где они работают, должны планировать и оценивать под углом зрения маркетинга. При этом усиливается роль маркетинговой грамотности всех участников педагогических отношений и повышения квалификации руководителей и сотрудников всех команд. Необходим перенос ответственности за результаты маркетинговой деятельности на высшие уровни управления образовательной организацией высшего образования. Маркетинговая деятельность образовательной организации высшего образования в условиях новой модернизации российской экономики должна, по нашему мнению, быть подчинена непосредственно высшему должностному лицу образовательной организации высшего образования - ее ректору.

Список литературы:

1. Буров В.П., Морошкин В.А., Новиков О.К. Бизнес-план. Москва: ЦИПКК, 1997. - 88с.
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. Москва: Высшая школа, 1994. - 224с.
3. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг. Москва: Высшая школа, - 255с., ил.
4. Как добиться успеха. Москва: Политиздат, 1991. - 510с.
5. Карлофф Б. Деловая Стратегия. Москва: Экономика, 1991. - 299с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. Москва: Прогресс, 1990. - 736с.
7. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. / Пер. с англ. под науч. ред. С. Г. Жильцова. — СПб.: Питер, 2010. — 480 с: ил.
8. Панкрухин А.П. Маркетинг: Учебник – М: ИКФ Омега – Л, 2002. – 656с.
9. Третьяков П.И. Практика управления современной школой. Москва: МПГУ, 1995. - 204с.

References:

1. Burov V.P., Moroshkin V.A., Novikov O.K., Business plan. Moscow: TSIPKK , 1997. - 88с .
2. Vihansky O.S., Naumov A.I. Management. Moscow: Higher School , 1994 . - 224s .
3. Dihtl E., Hershgen X. Practical Marketing . Moscow: Higher School, - 255s., il.
4. How to succeed . Moscow Politizdat , 1991 . – 510s .
5. Karloff B. Business Strategy. Moscow: Economics , 1991 . - 299s .
6. F. Kotler Principles of Marketing . Moscow : Progress Publishers , 1990 . - 736s .
7. F. Kotler , Keller KL Marketing Management . Express Course . 3rd ed. / Per. from English. under scientific . Ed. SG Zhiltsova . - St. Petersburg. : Peter , 2010 . - 480 : il.
8. Pankruhin AP Marketing: Tutorial - M: IKF Omega - L 2002 . - 656s .
9. Tretyakov PI Practice Management modern school . Moscow: Moscow State Pedagogical University , 1995 . - 204с .

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ В УСЛОВИЯХ ПЕРИФЕРИЙНОГО РЕГИОНА

Дьяченко В.Н.

Россия, Институт экономических исследований ДВО РАН

DEVELOPMENT OF BUSINESS ACTIVITY IN PROVINCIAL REGIONS

DYACHENKO V.N.

THE ECONOMIC RESEARCH INSTITUTE, RUSSIA

Аннотация: В статье дается оценка особенностей развития предпринимательской активности в периферийном регионе в условиях действия современного хозяйственного механизма и используемых форм его стимулирования. На основе анализа складывающихся тенденций, делается попытка определить перспективы использования приграничных внешнеэкономических связей Приамурья для развития предпринимательства.

Abstract: The article assesses the features of business activity development in provincial area under the action of modern economic mechanism and forms used to stimulate it. Based on the analysis of the current trends the attempt is made in the report to identify the further development prospects of the cross-border foreign economic relations in the Amur region.

Ключевые слова: предпринимательство, региональное развитие; государственное управление, эндогенные факторы, приграничные внешнеэкономические связи.

Key words: entrepreneurship, regional development, public administration, endogenous factors, cross-border foreign economic relations.

Отличительными чертами Дальнего Востока является слабость развития транспортной, энергетической и социальной инфраструктуры, очаговый характер расселения с низкой плотностью населения, ярко выраженная ресурсная направленность региональной экономики, отсутствие комфортных условий проживания, развитие депопуляционных процессов.

Важным условием повышения экономического потенциала Дальнего Востока, его конкурентоспособности в АТР, привлекательности как места постоянного жительства является достижение сбалансированности в развитии всего комплекса секторов экономики составляющих его регионов, активизации использования человеческого потенциала, формирование на этой основе высокого уровня жизни населения [1].

В настоящее время становится все более очевидным, что постановка такой задачи предполагает для ее решения формирование на федеральном уровне совокупности преференций в условиях хозяйствования, обеспечивающих в перспективе способность региона к саморазвитию. Вся совокупность этих мер должна находить свое отражение в региональных инвестиционных стратегиях и программах социально-экономического развития входящих в ДФО субъектов РФ.

В сложившейся практике и в соответствии с рекомендациями Агентства стратегических инициатив при формировании региональной инвестиционной политики основное внимание сосредотачивается на разработке мер по формированию благоприятного инвестиционного климата и выстраивании долгосрочных приоритетов инвестирования и стимулирования частных инвестиций, а также созданию исчерпывающего перечня комплекса мероприятий, в том числе законодательного характера.

При этом, основной акцент делается на отборе стратегически важных крупных инфраструктурных проектах, а также «якорных» проектах в приоритетных секторах экономики, реализация которых инициируется интересами федерального центра и крупных корпораций. Как следствие,

существенные структурные сдвиги в экономике регионов создаются не за счет модернизации в сложившемся региональном хозяйственном комплексе, а, прежде всего, за счет ввода новых мощностей, создания крупных инфраструктурных объектов, имеющих федеральное значение.

Наиболее значимые достижения последних десятилетий являются прямым следствием влияния экзогенных факторов, реализации на территории региона отраслевых стратегий, определяемых интересом к АТР, освоением региональных рынков международными и национальными корпорациями и сетевыми компаниями, действия которых в подавляющем порядке определяют уровень и масштаб преобразований. По существу, именно они являются доминирующими игроками на региональных рынках, реализующими свои интересы по территориальной экспансии, определяя при этом уровень и масштабы инвестиционной активности.

Стоит особо отметить, что практика освоения ими регионов убеждает, что затрачиваемые усилия по созданию привлекательного инвестиционного климата, хотя и, в общем, целесообразны, вместе с тем практически не имеют значения для этого уровня инвесторов. Сетевые компании с практически одинаковой стремительностью осваивают регионы и их территориальное пространство там, где прилагаются самые активные усилия по привлечению инвесторов и созданию для них благоприятного климата, и там, где усилия органов управления носят фактически символический характер. Более того, компании, ориентированные на освоение природных ресурсов, игнорируют и неразвитость транспортной инфраструктуры, создавая производства там, где она просто полностью отсутствует.

Достаточно пассивно реагируют на государственные усилия по формированию инвестиционного климата и иностранные инвесторы. Их интересы в регионе ограничиваются сырьевым сектором и быстро окупаемыми проектами, которые реализуются, прежде всего, в торговле, жилищном строительстве, производстве строительных материалов и сезонных работах в растениеводстве без осуществления значительных

вложений в развитие материально-технической базы и предполагающей возможность свертывания хозяйственной деятельности без ощутимых материальных и финансовых потерь. Надежды на них, как на силу, способную придать инновационный характер экономике региона, обеспечить создание высокотехнологичных производств, полностью не оправдываются.

Если оценивать влияние осуществляемых на государственном уровне мер по развитию предпринимательской активности в сложившемся ранее хозяйственном комплексе Дальнего Востока, то следует признать, что сформировавшиеся условия хозяйствования оказались на практике приемлемыми и обеспечивающими хозяйственную активность лишь в ограниченном круге видов экономической деятельности.

В целом благополучная ситуация складывается в добывающем секторе, развитие производства в котором осуществляется и на старых и на вновь создаваемых крупных и средних предприятиях.

В соответствии с потребностями внутреннего рынка развиваются транспорт и связь, производство продуктов питания и торговля. Здесь сформировались ниши, как для крупного, так и для малого бизнеса.

В сфере услуг развитие происходит за счет активности компаний в сфере ЖКХ, малых предприятий и частных предпринимателей, осваивающих предоставление услуг населению.

При всех этих очевидных успехах, затрачиваемые усилия в сложившихся рамках не позволили существенно продвинуться к достижению поставленных целей, достичь качественных изменений в структуре экономики, масштабного применения инновационных технологий, коренных изменений в уровне жизни населения.

К числу сдерживающих развитие региона обстоятельств следует отнести тот факт, что действующий хозяйственный механизм не позволил задействовать эндогенный по отношению к территории потенциал, заложенный в уже сложившемся хозяйственном комплексе, использование которого связано с необходимостью коренной

модернизации и перепрофилировании действующих производств, в соответствии с внутренними и внешними потребностями рынка.

В качестве одной из наиболее важных и болезненных проблем следует назвать сохранение в регионе значительного числа хозяйствующих субъектов, являющихся заведомыми аутсайдерами, не имеющих перспектив для саморазвития. Как следствие, в массовых масштабах недоиспользуются имеющиеся мощности, сохраняются рабочие места для низкоквалифицированного труда, что в свою очередь определяет наличие не имеющих перспектив территориально локализованных зон с низким уровнем жизни населения.

Так, например, в Амурской области, по данным Минэкономразвития области, сводный индекс в реальном секторе экономики в декабре 2012 года имел положительное значение только в 7 муниципальных образованиях из 28. Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами по промышленным предприятиям на душу населения при среднем значении 103660 тыс. рублей, в 2 муниципальных образованиях - более 800 тыс. рублей, тогда как в 13-ти – менее 15 тыс. рублей, а в 5-ти – менее 5 тыс. рублей. Темпы роста инвестиций в основной капитал в половине муниципальных образований имели отрицательное значение.

В целом используемые в стране подходы к созданию условий для развития предпринимательства соответствуют наиболее распространенным и активно применяемым в мировой практике образцам, когда определяющая роль принадлежит использованию мер государственного воздействия на предпринимательскую активность за счет, прежде всего, создания соответствующих условий хозяйствования без активного участия государства в хозяйственную деятельность предприятий.

Опыт развивающихся стран свидетельствует, что, при всех достоинствах такого подхода одним из важнейших его продуктов является резкая поляризация в экономическом и социальном развитии, формировании и

сохранении обширных локальных зон нищеты и бедствия, без видимых перспектив улучшения ситуации.

Наличие диспропорций в экономическом развитии, существенная дифференциация в уровне жизни населения, определяющим образом влияющая на депопуляцию населения, требует разработки на программном уровне комплекса действий по решению таких проблем [2].

В практике государственного управления последних десятилетий, наряду с совершенствованием общих условий хозяйствования, делались и продолжают делаться попытки персонификации государственной политики, применения к отдельным хозяйственным и территориальным структурам мер с активным вмешательством государства в разрешение проблем.

Представляется, однако, что дальнейшее развитие государственного управления в этом направлении применительно к ДФО становится настоятельной необходимостью.

Это определяется как спецификой ряда проблем регионального развития, так и наличием потенциальных преимуществ, активизация использования которых находится во многом в пределах полномочий федерального центра.

Применительно к Амурской области в числе наиболее важных и практически не разрешимых без специальных мер государственного воздействия можно отнести положение дел в обрабатывающей промышленности.

Действующий в этом секторе экономики бизнес в силу ряда внешних и внутренних причин оказался неспособным к налаживанию собственными силами конкурентоспособных производств, внедрению кардинальных инноваций, к развитию высокотехнологичных производств.

Удельный вес промышленности обрабатывающих производств снизился с 72,6% в 1990 году до 23,1% в 2011 году. Производство машин и оборудования сократилось по сравнению с 1992 годом на 93,9%,

численность персонала уменьшилась с 20,1 тыс. человек в 1992 году до 1,1 тыс. человек в 2011 году. С 1992 года прекратилось производство горнопроходческих комплексов, с 1995 года - станков буровых и ножниц гильотинных, с 1997 года – кузнечно-прессовых машин. Производство кранов мостовых электрических в 2011 году составило 4% от производства в 1990 году, промысловых судов – чуть более 50%. В настоящее время в текстильном и швейном производстве индекс производства к 1992 году составляет 1,6%, сокращение численности работающих – в 23,7 раза. Соответствующая драматичная ситуация складывается в дальневосточном машиностроении [3].

Все эти факты убедительно, на наш взгляд, свидетельствуют о том, что заявленный расчет на то, что развитие на региональном уровне секторов "новой экономики", становление инновационных отраслей будет достигаться за счет инициатив частного предпринимательства, привлекаемых создаваемым инвестиционным климатом, на протяжении всего периода преобразований не оправдывается.

Крупные отечественные и иностранные инвесторы остаются безучастными к разработке и реализации инновационных проектов, предусматривающих использование потенциала действующих предприятий. Расчет в разрабатываемых программах на поддержку инициатив снизу также не дает заметных успехов. Во многом это определяется уровнем менеджмента, а также слабостью региональной научно-информационной базы для привлечения и разработки новых технологий, находящих применение в складывающихся условиях.

Обширные зоны деградации складываются в ряде муниципальных образований, где основу хозяйственного комплекса составляет сельское хозяйство. Внутренний потенциал для возрождения и активизации хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий оказался существенно дифференцированным.

На юге региона, где природно-климатические условия наиболее благоприятны для развития сельского хозяйства, исторически сформировались крупные предприятия с развитой материально-

технической базой, высоким уровнем кадрового потенциала. Несмотря на резкое снижение объемов производства, этим предприятиям все же удалось сохранить свою жизнеспособность. Возникшие при этом проблемы работников, сокращение, а во многих случаях и потеря доходов от занятости на сельхозпредприятиях, частично компенсировались ростом предпринимательской активности не только в сервисном секторе экономики, но и в сельском хозяйстве через создание крестьянско-фермерских хозяйств (КФХ) и индивидуальное предпринимательство (ИП). При этом роль главного демпфера для населения сыграли личные подсобные хозяйства, значительная часть которых существенно повысила свою роль как источника денежных доходов.

Совокупность этих факторов в кризисный период предопределила относительно низкий уровень миграционного оттока в муниципальных образованиях юга области и сохранение его поселенческой структуры. Так, если убыль сельского населения области в 1989-2002 годах составила 24,4%, то в южных районах численность населения сократилась на 12%. При этом в южной зоне прекратило существование лишь одно сельское поселение, тогда как в других территориях - 11. Еще более существенными были различия в динамике численности населения сельских поселений, являвшихся центральными усадьбами сельскохозяйственных предприятий, и периферийных сел, где располагались отделения совхозов и бригады колхозов. В ряде сел, где располагались центральные усадьбы, численность населения сократилась не более чем на 8%, а в отдельных численность населения увеличилась.

Иное развитие получили процессы в центральной части области, где природно-климатические условия для развития сельского хозяйства существенно хуже. Даже в самые благоприятные годы советского периода достигаемые здесь результаты сельскохозяйственных предприятий были более чем скромные. Процессы последних десятилетий еще существенно усугубили проблему, приводя к развалу имевшихся хозяйственных структур, разрушению материально-технической базы производства и, что еще более важно, способствуя вымыванию кадрового потенциала. Так, если в четырех районах юга области в 2011 г. по отношению к 2000 г.

численность тракторов и зерноуборочных комбайнов составила соответственно 61,9% и 72,2 %, то в четырех районах центральной части области - 19,0% и 19,9%. За 1989-2010 годы численность населения в районах центральной зоны сократилась на 45,2 тыс. человек, или 26,8%, в том числе за счет миграционной убыли – на 25,6%. Три четверти миграционной убыли приходилось на лиц трудоспособного возраста.

Экономическая слабость имевшихся здесь сельскохозяйственных предприятий предопределила, что ухудшение конъюнктуры даже на короткий период времени стало достаточным для того, чтобы сделать их нежизнеспособными. При этом в качестве своеобразной формы борьбы за существование стало создание на их основе более мелких производственных структур, дающих надежду на выживание за счет использования тех преференций, которые создавало государство для развития малого предпринимательства. Как показала практика, этот путь не позволил преодолеть возникшие проблемы.

Предпринимаемые на государственном уровне в последние годы усилия по наращиванию поддержки сельского хозяйства и развития села уже к настоящему времени позволили заметно изменить ситуацию. Это способствовало формированию устойчивой тенденции на рост посевных площадей под основные сельскохозяйственные культуры, созданию животноводческих комплексов, улучшению ситуации с развитием социальной инфраструктуры села.

В 2012 году по сравнению с 2005 годом посевные площади сельскохозяйственных культур в хозяйствах всех категорий возросли в 1,7 раза, в том числе под зерновыми культурами – на 33,7%, под соей - в 2,4 раза. Для улучшения породного состава крупного рогатого скота в область в 2006-2010 годах было ввезено 3524 головы племенного крупного рогатого скота, в 2011-2012 годах – 7376 голов. За 2012 год на селе построено 78 тыс. кв. метров общей площади жилых домов, что 1,5 раза больше, чем в 2011 году и в 3,8 раза выше уровня 2000 года.

По существу, складывающиеся процессы развития хозяйственной и предпринимательской активности позволяют говорить о формировании

устойчивой тенденции возрождения сельскохозяйственного производства и села, чему способствовало сохранение эндогенных факторов развития.

К сожалению, экономический кризис в районах центральной части области достиг таких масштабов, что при существующих мерах государственной поддержки, его преодоление пока не имеет перспектив. Начатые в 90-ые годы процессы имеют свое продолжение и в настоящее время. Здесь падение размеров посевных площадей в сельскохозяйственных организациях продолжилось. В настоящее время в значительной части сельских поселений Приамурья, ранее имевших сельскохозяйственную специализацию, единственной формой занятости большинства населения остается работа в личном подсобном хозяйстве.

Тем самым уменьшение масштаба проблем внутри региона, снижение их остроты сопровождаются их сохранением в весьма болезненной форме в отдельных местах поселенческой структуры, где существующие проблемы во многих случаях все более приобретают черты безысходности, когда внутренние источники для саморазвития практически полностью исчерпываются.

По отношению к последним требуются разработки особых государственных программ, основанных на специальных подходах к преодолению кризисных явлений, поддержке аутсайдеров методами активной государственной политики широко используемые в международной практике [4]. Элементы такой политики в последние годы находят все более широкое применение как на федеральном уровне, так и в деятельности органов управления субъектов федерации и муниципальных образований. Однако нам представляется, что процесс этот далек от завершающей стадии и требует существенной модернизации. Там, где "коридор возможностей" еще сохраняется, должны быть в полной мере использованы экзогенные факторы.

Разумеется, перечисленные факты не могут служить основанием для призывов к массовому возврату государства в экономику и его прямого управленческого вмешательства в хозяйственную жизнь предприятий. Вместе с тем необходимость поиска адекватных способов активного

воздействия со стороны государственных органов на ситуацию, на наш взгляд, очевидна.

Нам представляется, что в государственной практике воздействий на развитие предпринимательства, наряду с совершенствованием общей ситуации в стране в целом, все большее значение должны приобретать специальные механизмы, настроенные на учет поливариантности в складывающейся в регионах ситуации, в полной мере учитывающие не только специфику проблем, но и особенности возможностей их разрешения.

В качестве одной из наиболее активно используемых форм учета региональной специфики выступают попытки развития региональных кластеров. Вместе с тем, не менее, а быть может более важным, является встраивание экономики региона в мирохозяйственные связи, в международное разделение труда, за счет чего во многом был обеспечен экономический бум во многих развивающихся странах.

Применительно к Дальнему Востоку движение в этом направлении напрямую связано с использованием потенциала внешнеэкономических связей с ближайшими соседями, в числе которых, прежде всего, следует выделить Китай. Приграничные регионы имеют широкие возможности для развития активного экономического интеграционного сотрудничества вытом числе за счет формирования принципиально новых систем экономических отношений [5].

Одним из наиболее перспективных направлений приграничного сотрудничества является использование иностранной рабочей силы. Весь опыт освоения Дальнего Востока показывает, что развитие хозяйственной деятельности в регионе всегда осуществлялось с использованием трудовых ресурсов из других регионов страны, привлекаемых в качестве временной рабочей силы. Особенно это касалось строительства новых крупных хозяйственных объектов, проведения сезонных работ. За счет привлеченной рабочей силы производилось большинство работ в сельском хозяйстве региона. Внутренние ее источники формировались за счет привлечения к сельхозработам студентов, школьников, работников

предприятий других отраслей, государственных служащих и военных. Очевидно, что в современных условиях возобновление такой практики не представляется возможным.

Очевидно, что и в обозримой перспективе восточные районы страны останутся емкой нишей для миграции. При этом покрыть потребности в рабочей силе источниками из европейской части страны не удастся, поскольку они также будут оставаться трудонедостаточными.

Тем самым темпы экономического развития региона во многом будут ограничиваться недостатком трудовых ресурсов. При реализации курса на ускоренный подъем экономики в настоящее время отсутствует альтернатива использованию иностранной рабочей силы и, прежде всего, в строительстве, при организации сезонных работ в сельском хозяйстве.

Важным достоинством, создаваемым приграничным положением, является возможность организации производства с использованием маятниковой миграции. Внедрение специальных таможенного и приграничного режимов может позволить сочетать использование китайской рабочей силы в России с ее проживанием на китайской территории. Международная практика подобного рода уже накоплена и может быть использована в регионе, раскрывая новые широкие возможности для развития производственной кооперации.

Существенным элементом приграничного экономического сотрудничества стали китайские инвестиции. Существующие в Приамурье предприятия, как показывает имеющийся опыт, могут стать основой для развития международной производственной кооперации в целях создания и реализации импортозамещающей и экспортной продукции. В рамках этого направления, при условии активного участия государства, могут решаться задачи обновления структуры производства в регионе за счет развития наукоемких и высокотехнологичных производств.

Развитие приграничных связей Приамурья и оценка вытекающих из складывающихся тенденций перспектив экономического сотрудничества позволяют сделать вывод, что имевшееся на ранних стадиях

преимущество, определяемое самим фактом сопредельности, к настоящему времени стирается. Сохраняющаяся слабость экспортного потенциала, низкий уровень экономического развития приграничья России и Китая приводят к тому, что выгоды внешнеэкономических связей перемещаются в более развитые регионы и на межстрановой уровень, на котором реализуются во все больших масштабах экономические проекты, осуществляемые крупными компаниями и корпорациями.

Давление периферийности и стартовой экономической слабости при сохранении сложившихся правовых условий приграничных связей предопределяет дальнейшее их воспроизводство.

Улучшение условий приграничного сотрудничества позволит использовать потенциал, вытекающий из сопредельности районов, для формирования в России и Китае новых точек роста. В качестве такого правового механизма может рассматриваться создание СЭЗ, как основы для использования на основе Благовещенска и Хэйхэ структуры по типу «еврорегионов», показавшей свою эффективность в организации приграничного взаимодействия как формы международной интеграции, основанной на тесном сотрудничестве двух или нескольких территориальных образований, расположенных в приграничных районах соседствующих государств Европы.

Список литературы:

1. Заславская, Т.И. Человеческий потенциал в современном трансформационном процессе / Т.И. Заславская // *Общественные науки и современность*. – 2005. – №4.
2. Минакир П.А. Мнимые и реальные диспропорции экономического пространства // *Пространственная экономика*. – 2008. – №4.
3. Домнич Е.Л. Экономическое положение отраслей машиностроения Дальневосточного федерального округа в 2008-2009 гг. // *Пространственная экономика*. – 2011. – №2.
4. Сабитов А.Р. Государственные программы финансирования реального сектора: практика восстановления экономики Восточной Германии // *Проблемы современной экономики*. - 2013. - №2
5. Авдеев А. Международные и внешнеэкономические связи российских регионов// *Международная жизнь*. 2000. — № 4.

References:

1. Zaslavskaya, T.I. The human potential in modern transformations process / T.I. Zaslavskaya // Social sciences and modernity. – 2005. – №4.
2. Minakir P.A. The Seeming and Real Disproportions of Economic Space // Spatial ekonomiks. - 2008. - №4.
3. Domnich E.L. Economic Conditions of Engineering Industries in the Far Eastern Federal District in 2008-2009 // Spatial ekonomiks. – 2011. - №2.
4. Sabitov A.R. State programs of financing a real sector: practice of economy recovery in the Eastern Germany // Problems of the modern economy - 2013. – №2.
5. Avdeev A. International and foreign economic relations of russian regions / Avdeev A. // International life. 2000.- №4

СОЗДАНИЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО ЗАВОДА – ГРАНДИОЗНАЯ ЗАДАЧА ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

ЖИРНОВ А.М.

РОССИЯ, ИНСТИТУТ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛИЗА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

CREATION OF THE FAR EASTERN METALLURGY PLANT – A GRANDIOSE TASK OF PRIVATE BUSINESS

ZHIRNOV A.M.

RUSSIA, INSTITUTE FOR COMPLEX ANALYSIS OF REGIONAL PROBLEMS

Аннотация: за прошедшие девять лет на Дальнем Востоке создан Кимкано-Сутарский горно-обоганительный комбинат для открытой добычи железных руд, обогащения их до стадии чугуна и экспорта. Новые государственные решения о приоритетном развитии экономики Дальнего Востока и увеличении численности населения требуют переориентации такой стратегии и срочного строительства металлургического завода для выпуска конечной продукции – стального проката, как базы для подъема всей экономики региона. В железных рудах установлено сейчас наличие золота и платины, возможных для извлечения. В 1 млрд. балансовых железных руд прогнозируется не менее 1000 т благородных металлов стоимостью 60 млрд. долларов, что вдвое превышает стоимость железных руд- 30 млрд. долларов. Но извлечение их возможно только при горячей металлургии чугуна.

Ключевые слова: металлургический завод, чугун, сталь, извлечение, золото, платина.

Abstract: for last nine years in the Far East the Kimkano-Sutarsky mining and processing works for open-pit mining of iron ores, their enrichment to a cast iron and export stage is created. New state decisions on priority development of economy of the Far East and increase in population demand reorientation of such strategy and urgent construction of steel plant for release of end products – steel hire, as bases for lifting of all economy of the region. In iron ores availability of gold and platinum, possible for extraction is established now. In 1 billion balance iron ores not less than 1000 t of precious metals worth 60 billion dollars are predicted that twice exceeds the cost of iron ores - 30 billion dollars. But their extraction is possible only at hot metallurgy of cast iron

Keywords: iron and steel plant, cast iron, steel, extraction, gold, platinum

Актуальность проблемы

Дальний Восток характеризуется развитой промышленностью - железные дороги, машиностроение, рыболовство, лесопереработка, разработка месторождений минерального сырья и др., но сложившийся уровень экономики региона уже не удовлетворяет современным требованиям экономической освоенности территории и роста ее населения. В настоящее время развитие экономики Дальнего Востока относится к числу приоритетных задач государства. Требуется повышение эффективности действующих предприятий и создание новых современных производств. В частности, уже начато создание нового космодрома и всей необходимой для этого инфраструктуры.

Одним из центральных направлений развития экономики в ближайшей перспективе является горнодобывающая промышленность, которая традиционно считалась важнейшей отраслью для государства – добыча золота, олова, вольфрама и других полезных ископаемых, которыми особенно богат Дальний Восток.

В настоящее время лидирующие позиции в горном деле региона возлагаются на добычу нового сырья – железных руд, с последующей металлургической переработкой их. Дальний Восток располагает крупнейшими запасами и ресурсами железных руд, способными обеспечить черную металлургию на сотни лет [4]. Однако на огромной

территории Дальнего Востока, превышающей по размеру территорию Китая, нет собственного крупного металлургического производства. Несомненно, черная металлургия – это важнейшее направление в экономике Дальневосточного федерального округа, если учесть огромное расстояние до российских металлургических центров в европейской части России и на Урале и, соответственно, высокую дороговизну доставляемой в регион стальной продукции.

Создание Кимкано-Сутарского горно-обогатительного предприятия

За последние девять лет, на базе ряда давно разведанных месторождений железных руд в Еврейской автономной области, создан Кимкано-Сутарский горно-обогатительный комбинат и заканчивается строительство обогатительной фабрики по обогащению руд до стадии чугуна. Первоначально намечалось лишь предварительное обогащение для получения железных окатышей, но с учетом прозвучавшей критики [1] решено было построить более совершенную обогатительную фабрику для большего обогащения первичных руд – до стадии чугуна [10].

И уже в этом году или через год начнется промышленная добыча и переработка железных руд из Кимканского месторождения. Естественно, это только начальная стадия развития горно-металлургического комплекса. Конечная цель развития ГОКа – переход на выпуск конечной продукции металлургического передела в виде стального проката и различных металлоизделий. Именно так сформулировал перспективную задачу ГОКа генеральный директор компании «Ариком» Ю. Макаров еще в 2008 г.: «мы планируем начать здесь производство стали, построив первый на Дальнем Востоке металлургический комбинат. Мы уверены, что наш проект по созданию в Приамурье горно-металлургического кластера станет опорным для создания промышленности в этом регионе» (газета «Биробиджанская звезда», 17 июля 2008 г.). Такую же позицию озвучил и председатель совета директоров группы компаний «Петропавловск» П. А. Масловский: «вершиной нашей металлургической системы станет Дальневосточный металлургический комбинат» [10, с.161].

Планируемая добыча открытым способом – 10 млн. т руды в год, ожидаемый выпуск чугуна – 2 млн. т в год. Реализация чугуна предусматривается главным образом на экспорт – в Китай, для чего потребуется строительство крупного железнодорожного моста через реку Амур, и в Японию - через порт г. Советская Гавань.

В регионе имеется и собственное металлургическое предприятие – комбинат «Амурсталь» в г. Комсомольске на Амуре. Это предприятие работает в основном на металлоломе. В незначительном количестве используются также привозной чугун и металлизированные окатыши. Производительность выпускаемой стали – около 1 млн. т в год, что недостаточно для удовлетворения потребностей региона в стальной продукции. Производство стали необходимо увеличить до 4 - 6 млн. т в год, для чего потребуется добывать около 10-15 млн. т железной руды среднего качества [1]. Однако себестоимость стали, выплавленной на заводе «Амурсталь» почти в 2,5 раза выше, чем на крупных металлургических заводах, работающих с замкнутым циклом производства, что резко уменьшает конкурентоспособность продукции завода [1]. Тем не менее, до решения вопроса об экспорте чугуна, необходимо направлять его на металлургический завод в г. Комсомольск на Амуре [1].

Строительство Кимкано-Сутарского ГОКа постоянно освещается в областной печати и подчеркивается, что с вводом в действие нового предприятия промышленность области и всего региона получит мощный импульс и реальную экономическую выгоду. Только за счет налоговых поступлений от добычи минерального сырья бюджет области будет значительно пополнен и область может стать бездотационной от Центра.

Новые вызовы и задачи

За истекшее довольно длительное время строительства Кимкано-Сутарского ГОКа и обогатительной фабрики ситуация в мире существенно изменилась и далеко не в пользу запланированных экспортных планов предприятия.

Во-первых, появились новые директивные установки правительства России на полную глубокую переработку добываемого минерального сырья на месте работ, т.е. в России. В данном случае – до уровня получения стали и стального металлопроката, для эффективного и быстрого развития экономики Дальнего Востока и страны в целом: **«к 2012 г. потребление и производство стали в России должно быть увеличено в 2-3 раза (газета Российские Недрa, 2008, № 3. с. 5).**

Во-вторых, существенно изменилась ситуация в части возможностей экспорта продукции (чугуна) в Китай. За последние 10 лет в Китае сделан мощный четырехкратный рывок вперед: потребление железной руды увеличилось до 1,2 млрд. т, а выпуск стали возрос со 192,5 млн. т в 2002 г. до 720 млн. т в 2012 г., что составляет 46 % мировой выплавки стали и превышает производство стали в России почти в 10 раз [1, 9, 11]. Выплавляемая сталь быстро вовлекается в промышленное использование. Помимо широкого выпуска гражданской продукции, в Китае создана современная космическая и военная техника. Однако и тот и другой рынки потребления стальной продукции уже существенно насыщены и встает проблема перепроизводства продукции черной металлургии.

В этой ситуации экспорт из России 1-2 млн. т чугуна, для выпуска дополнительной стали порядка 0,5-1 млн. т, для Китая не имеет никакого экономического значения и даже может рассматриваться как излишнее мероприятие. Поэтому строительство крупного железнодорожного моста через р. Амур для экспорта чугуна – представляется весьма рискованным делом. К тому же такое строительство потребует больших денег (возможно достаточных для строительства металлургического завода) и затрагивает важный вопрос государственной пограничной безопасности. Пока наиболее обоснованным представляется вывоз продукции в г. Советскую Гавань для экспорта в Японию, не имеющей собственной железорудной базы.

Приведенные данные могут негативно повлиять и на планы пополнения в ближайшие годы областного бюджета, поскольку для создания благоприятных возможностей быстрого роста экономики Дальнего

Востока ожидается введение ряда льгот для промышленных предприятий. В частности, отмена налогов на выпускаемую продукцию на первые пять лет работы предприятий.

О возможности комплексного использования железных руд

Одним из недостатков при подготовке месторождений Кимканского рудного узла к эксплуатации можно считать недостаточное исследование комплексности руд конкретных рудных тел и околорудных пород. Поскольку месторождения железных руд разведывались очень давно (50-70 лет назад), при других требованиях к изученности месторождений, то вопросы комплексного использования их должны были бы надежно проработаны. Но они остались не достаточно изученными и в настоящее время.

Например, в крупном грабене над поверхностью Сутарского месторождения железа, в угленосных пластах и прослоях глин установлены существенные содержания россыпного золота и платины [8]. Прогнозные ресурсы благородных металлов в данном грабене (как золото-водосборнике всего Сутарского золото-россыпного района в течение миллионов лет) оцениваются нами крупной величиной, порядка 50-100 т [5]. Однако в процессе эксплуатационной разведки Сутарского месторождения железа, выполненной ГОКом в последние годы, золотоносные породы вскрыши месторождения в грабене остались не изученными и не проанализированными на золото и платину.

В рудных телах и околорудных породах Кимканского месторождения железных руд и ряда других объектов сейчас установлено присутствие благородных металлов, золота и платины: платина – 0,95- 10,0 г/т, палладий – 0,73 г/т, серебро – 5,6 г/т, золото – 0,1-14 г/т [2, 3, 4, 6]. Специальное исследование железных руд группой ученых под руководством академика А.И. Ханчука, подтвердило наличие в них платиноидов в свободных легко извлекаемых формах [13]. Технологическое исследование крупной пробы кимканской железной руды, в институте Горного Дела, показало хорошую извлекаемость благородных металлов из железо-содержащих пород, при среднем

содержании их на уровне 0,5-1 г/т и более [14, 15]. В частности: «исследования на обогатимость показали принципиальную возможность получения товарных концентратов благородных металлов гравитационно-флотационными методами с последующей их переработкой пиро- и гидрометаллургическими методами» [14, с. 12].

При полевых исследованиях в 2009 - 2010 г.г., установлена, вблизи Кимканского месторождения, новая железорудная зона, с весьма высокими содержаниями золота – до 10-50 г/т, по данным рентгено-флуоресцентного анализа [6].

Следовательно, в 1 млрд. т железных руд, находящихся на балансе Кимкано-Сутарского ГОКа, присутствует не менее 1000 т золота. При достигнутой сейчас цене железных руд среднего качества 20-30 долл. за 1 т и золота – 60 долл. за 1 г, общая стоимость железных руд в недрах (состоящих на балансе ГОКа) составит 20-30 млрд. долларов, а золота – 60 млрд. долларов. Таким образом, стоимость золота и платины в железных рудах может даже превышать стоимость самих руд.

Это очень интересный, новый результат научных исследований, намечающий путь к дальнейшему исследованию руд, как комплексного минерального сырья со значительно более высокой стоимостью и промышленной значимостью.

Однако особой проблемой является выбор рациональных аналитических методов для определения благородных металлов в железных рудах. Обычные методы спектрального и пробирного анализа для этого непригодны [12]. Необходимо применение ядерно-физических методов анализа отбираемых проб или пробирного анализа по специальной методике, разработанной московским институтом ЦНИГРИ [12].

Извлечение сопутствующих благородных металлов из железных руд не простая технологическая задача. Но она успешно решена в металлургии Японии, Канады и США [7]. Да и в Китае задача комплексного использования руд при их металлургическом переделе широко практикуется, в частности на крупном месторождении Баян-Обо.

Необходимые первоочередные решения

Включение в правительственную Программу развития экономики Дальнего Востока на 2014 г вопроса о строительстве металлургического завода и привлечении крупного финансового партнера для усиления корпорации «Петропавловск - Черная металлургия».

Привлечение специалистов (или компанию) по технологии металлургии золото-железных руд - из Японии или другой страны.

Отправка первых партий чугуна, которые будут получены в этом или следующем году, на металлургический завод Амурсталь и в Японию (?) для отработки технологии получения стали и извлечения благородных металлов.

Проведение планомерных технологических исследований железных руд из месторождений Кимкано-Сутарского ГОКа в институте Горного Дела г. Хабаровска, других институтах и на металлургическом заводе.

Проведение эксплуатационной разведки месторождений ГОКа и исследований комплексного состава руд в соответствии с требованиями Государственной Комиссии по Запасам Российской Федерации (ГКЗ РФ), в содружестве и при постоянном контроле со стороны государственных органов - Лицензиата, Росгеолнадзора и ГКЗ РФ.

Утверждение запасов железных руд и благородных металлов, по данным проведенной эксплуатационной разведки, в Государственной Комиссии по Запасам Российской Федерации.

Список литературы:

1. Архипов Г.И. Черная металлургия на Дальнем Востоке: направления развития // Минеральные ресурсы России. 2008. № 1. С. 65-70.
2. Башлыкова Т.В. Технологический ресурс устойчивого развития минерально-сырьевой базы страны // Рациональное природопользование: материалы Международного форума, Москва, 6-8 сент. 2005 г. М.: ЗАО «Максима». 2005 С. 232-234.
3. Гурская Л.И. Благороднометальное оруденение черносланцевого типа и критерии его прогнозирования. Изд. ВСЕГЕИ, Санкт-Петербург. 2000. 208 с.

4. Жирнов А.М. Новый железорудный бассейн России в Еврейской автономной области Дальнего Востока // Руды и металлы. 2008. № 5. С. 16-26.
5. Жирнов А.М. О срочной разведке потенциально крупной россыпи золота над Сутарским месторождением железа // Современные проблемы регионального развития: мат-лы III-й Междун. науч. конф., Биробиджан - Пронькино, 22-24 ноября 2010 г. Биробиджан. 2010. С. 65-66.
6. Жирнов А.М. О новой золото-железорудной зоне в Кимканском железорудном узле и комплексном использовании руд // Проблемы комплексного освоения георесурсов. Мат-лы Всероссийской научной конференции. II том. 27-29 сентября 2011 г., г. Хабаровск. Хабаровск. 2011. С. 121-123.
7. Крятов Б.М. Железорудная отрасль России. Проблемы сырьевой базы // Минеральные ресурсы России. 2006. № 1. С. 8-13.
8. Лаврик Н.А. благородные металлы в бурых углях Сутарского проявления // Дальний Восток – 2: Сборник статей. Отд. вып. Горного информ.-аналитич. бюллетеня. М.: Изд. Горная книга. 2009. С. 70-78.
9. Леонтьев Р.Г., Радченко М.В. Возможности применения опыта организации и управления деятельностью технопарков Китая в Дальневосточном регионе России // Россия в постреформенный период. Региональные аспекты: мат-лы регион. науч.-практ. конф., 29 мая 2009, г. Биробиджан. Биробиджан. 2009. С. 34-36.
10. Масловский П.А. Российская металлургия на Дальнем Востоке: от идеологии до реализации // Третий дальневосточный международный экономический форум. Т.1. Мат-лы пленарных заседаний и рекомендации круглых столов. Хабаровск. 2008. С. 156-161.
11. Меняющийся Китай в меняющемся мире // Проблемы Дальнего Востока. 2011. № 1. С. 46-123.
12. Методические рекомендации по изучению железорудных отвалов и хвостохранилищ обогатительных фабрик на сопутствующие благородные металлы. ЦНИГРИ. / А.Н. Шелехов и др. М., 1991 г.
13. Ханчук А.И., Бердников Н.В., Черепанов А.А., Коновалова Н.С., Авдеев Д.В., Благородные металлы в черных сланцах сутырской свиты и кимканской толши (Буреинский массив) // Тектоника и глубинное строение Востока Азии. VI Косыгинские чтения. Докл. Всеросс. конф. 20-23 января 2009 г. Хабаровск. Хабаровск. 2009. С. 237-240.
14. Ханчук А.И., Рассказов И.Ю., Александрова Т.Н., Комарова В.С. Природные и технологические типоморфные ассоциации микроэлементов в углеродистых породах Кимканского рудопроявления благородных металлов (Дальний Восток) // Тихоокеанская геология. 2012. Т. 31. № 5. С. 3-12.
15. Черепанов А.А., Александрова Т.Н. Перспективы выявления промышленного оруденения в углеродистых толщах Буреинского массива // Тектоника, магматизм и геодинамика Востока Азии. 7-е Косыгинские чтения. Хабаровск. 2011. С. 232-234.

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО И МЕХАНИЗМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ВЛОЖЕНИЙ В ЖИЛИЩНО- КОММУНАЛЬНОЕ ХОЗЯЙСТВО

КОВАЛЕВА Л.В.

Россия, ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

PARTNERSHIP BETWEEN STATE AND BUSINESS AND MODES OF ATTRACTION OF INVESTMENTS IN THE SPHERE OF HOUSING AND COMMUNAL SERVICES

KOVALEVA L.V.

RUSSIA, TYUMEN STATE UNIVERSITY

Аннотация. Партнерство государства и бизнеса в инвестиционных проектах в России сегодня неоднозначно понимают. Правовые рамки деятельности в партнерстве сложно законодательно установить. Отдельные проекты демонстрируют успешную практику. Администрация города Тюмень использует экономические стимулы к партнерству. Часть рисков несет банковская сторона. В результате применение проектов ГЧП целесообразно, но не в коммерческих целях и извлечения прибыли, а в социально важных целях, например в жилищно-коммунальной сфере.

Abstract. Public-private partnership in investment projects are interpreted differently in Russia. Juridical limits of public-private partnership are not easy to determine by law. Some individual projects display successful practice. The administration of Tyumen use economic motivation of partnership. The part of risks is on the bank's responsibility. As a result, the use of public-private partnership is efficient, not for commercial purposes but for purposes of social importance, for example in the sphere of housing and communal services.

Государственно-частное партнерство (ГЧП) в широком понятии - это явление для России не новое, но не однозначно понимаемое. Партнерские отношения складываются в целях достижения результатов, в которых заинтересованы обе стороны: для государства – это удовлетворение государственного и общественного интереса, для частного бизнеса – получение экономических выгод. Отношения реализуются в порядке, определенном нормативно-правовыми актами или заключенными соглашениями сторон. Примерно десять регионов в России разработали и приняли свои законодательные акты о механизмах поддержки проектов ГЧП. В них установлены выгоды от участия финансовых структур, производственного бизнеса и взаимодействия с региональным (муниципальным) участником в проектах дорожного строительства, образования и здравоохранения, жилищно-коммунального хозяйства. Со стороны государства (муниципалитета) обязательным является имущественное и бюджетное участие. Участие властной стороны в партнерстве имеет сильную сторону - полномочия ценового регулирования. Что особенно ярко проявляется в сфере ЖКХ.

Со стороны государства системные действия в прошедшее десятилетие были направлены на оздоровление и реформирование предприятий ЖКХ. Особенность ситуации в отрасли в том, что обслуживающим организациям не удается погасить задолженность поставщикам по оплате топливно-энергетических ресурсов, они испытывают потребность в кредитных средствах, возникает необходимость реструктурировать задолженности перед поставщиками тепла, электроэнергии, воды, газа. Во всех этих сферах ожидаются гарантии государства. Проблемная ситуация обостряется тем, что отсутствует четкий механизм планирования и контроля за установлением тарифов в отрасли. Тогда как государство должно обеспечить прозрачность тарифов на ресурсы, предоставляемые

национальными и локальными монополиями, что повышает порядок сметных расчетов и калькуляций в организациях коммунального комплекса. Ценовой механизм, безусловно, является приоритетным регулятором всех процессов развития в отрасли:

- привлечения конкурирующих бизнес-структур и инвестиций в отрасль;
- модернизации систем инженерно-технических сетей (тепловых, электрических, сетей водоснабжения и водоотведения) и покрытия различных видов затрат предприятий;
- сдерживания значительных темпов роста тарифов на энергоресурсы и услуги ЖКХ.

В 2013 году Правительство РФ заявило о переходе к регулированию тарифов на коммунальные услуги водоснабжения и водоотведения с применением метода доходности инвестированного капитала. В ближайшее время некоторые из федеральных субъектов Российской Федерации будут претворять в жизнь нормы потребления и минимальные тарифы на энергоносители. В ЖКХ неиспользованный потенциал энергосбережения, достигает до 26% всего текущего объёма потребления энергии в стране [1]. Государственно-деловое партнерство также имеет потенциал – инвестиционный - и может принести 2 трлн. рублей частных инвестиций [2].

Интересен опыт такого государственно частного партнерства в г.Тюмени. Областная Дума до настоящего времени не обсудила законодательный документ, регулирующий отношения государственно-частного партнерства. Региональная власть не приняла закон о ГЧП, хотя муниципальные власти начали использовать экономические принципы партнерства в сфере жилищного обслуживания. Они разработали юридическую форму договора на обслуживание энергии и определили режим расчета учетной цены и форму соглашения о сотрудничестве между Администрацией города Тюмени и открытым акционерным обществом Сбербанк (кредиты для выполнения энергосервисных контрактов составляют более 50% от стоимости контрактов) [3]. В 2013 году Сбербанк

России и Schneider Electric подписала меморандум, они начали сотрудничать в реализации технологий ЭСКО.

Администрация города использует экономические стимулы для привлечения частных инвестиций в мероприятия по повышению энергоэффективности зданий. Энергосервисная компания осуществляет мероприятия за счет собственных средств и собственными силами, достигает энергосбережения, а заказчик за счет средств, полученных от экономии, рассчитывается с компанией. Отсутствие экономии после проведения энергосервисных мероприятий является основанием для одностороннего отказа от продолжения действия контракта. Такое партнерство оформляется в форме энергосервисного контракта.

Заказчик (Муниципальное Учреждение) и исполнитель при определении экономии соглашаются, что объем бюджетных ассигнований ежегодно уменьшается на 3% в течение 5 лет, что влечет обязательное снижение объемов потребляемых ресурсов. Установлены особенности отбора победителя в зависимости от видов задаваемых Заказчиком исходных условий для выбора претендента.

1 вид: Заказчик задает фиксированный размер экономии в деньгах и процент, который может быть уплачен за энергосервис: исполнителем становится организация, предложившая минимальный процент.

2 вид: Заказчик задает фиксированный процент, который будет выплачен за энергосервис, и размер экономии в деньгах: исполнителем становится организация, предложившая максимальную экономию (т.е. обязуется дать минимальную разницу между фактическими расходами Заказчика на энергоресурсы и предложенной величиной экономии).

3 вид: Заказчик задает максимальный процент, который может быть уплачен за энергосервис, и минимальную экономию в деньгах: исполнителем становится организация, предложившая минимальный процент и максимальную экономию.

Эксперты полагают, что объекты, проектируемые в рамках соглашений о ГЧП, обязательно должны быть внесены в планы социально-

экономического развития территорий и в бюджетные обязательства. И прежде всего – это объекты городской коммунальной инфраструктуры.

Список литературы:

1. Е.Александрович. Власти намерены всеми силами привлечь частный бизнес в сферу ЖКХ <http://youhouse.ru/news/?id=528>
2. И.Кривошапка. Энергосервисный контракт: неоконченная пьеса с двумя действующими лицами// Энергетика и промышленность России №13-14 (225-226), июль 2013, – <http://eprussia.ru/epr/225/15177.htm>
3. Портал Энерго - <http://portal-nergo.ru/articles/details/id/234>

References:

1. E.Alerkandrovitch. Russian authorities are determined to involve private business into the sphere of housing and communal services - Portal of Russian energy agency - <http://youhouse.ru/news/?id=528>
2. I.Krivoshapka. Energy service contract: unfinished play with two actors // Energy and Industry in Russia №13-14 (225-226), Jul 2013, – <http://eprussia.ru/epr/225/15177.htm>
3. Portal-Energo.ru - <http://portal-nergo.ru/articles/details/id/234>

КЛАССИФИКАЦИЯ И ДЕТЕРМИНАЦИЯ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

КОЗЮБРО Т.И.

РОССИЯ, КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

CLASSIFICATION AND DETERMINATION OF BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES

KOZYUBRO T.I.

RUSSIA, KUBAN STATE TECHNOLOGY UNIVERSITY

Аннотация: В условиях сложившейся непростой ситуации для отечественной промышленности вследствие определенных факторов важным решением повышения эффективности и конкурентоспособности российского бизнеса становится применение новых форм стратегического планирования. В данной статье мы определяем классификацию стратегий развития бизнеса.

Abstract: In the current difficult situation for the domestic industry as a result of certain factors important decision improve the efficiency and competitiveness of Russian business is the use of new forms of strategic planning. In this article, we define a classification of business development strategies.

Ключевые слова: бизнес, стратегия, планирование, эффективность, конкуренция

Keywords: business, strategy, planning, efficiency, competition

Современная экономическая среда промышленного бизнеса характеризуется угасанием традиционных для отечественной экономики факторов роста. С одной стороны, риски наступления новой мировой финансовой нестабильности (из-за замедления роста экономики Китая и

долговых проблем ряда европейских стран) обуславливают негативное давление на конъюнктуру сырьевых рынков. С другой стороны, институциональное и инфраструктурное несовершенство российской экономической среды программирует низкий уровень инвестиционной привлекательности промышленного сектора, закрывая возможность финансирования дефицита инвестиционных ресурсов международным рынком капитала.

В этой ситуации одним из направлений решения проблемы повышения эффективности и конкурентоспособности российского промышленного бизнеса является разработка и применение новых форм стратегического планирования.

Рассмотрим основные типы стратегий, определив основные конкурентные характеристики каждой из них в зависимости от факторов экономической среды бизнеса (условий стратегического выбора).

Автором метода стратегического выбора, основанного на концепции соперничества, является профессор Гарвардской школы бизнеса М. Портер.

Она должна решить, какой тип конкурентного преимущества хочет получить и в какой сфере. Таким образом, первая составляющая стратегического выбора по этой модели — конкурентное преимущество, которое делится на два основных вида: более низкие издержки и дифференциация товара. Низкие издержки отражают способность фирмы разрабатывать, выпускать и продавать сравнимый товар с меньшими затратами, чем конкуренты. Продавая товар по такой же (или примерно такой же) цене, что и конкуренты, фирма в этом случае получает большую прибыль

Дифференциация — это способность обеспечить покупателя уникальной и большей ценностью в виде нового качества товара, особых потребительских свойств или послепродажного обслуживания.

Вторая составляющая стратегического выбора — это сфера конкуренции, на которую ориентируется фирма в пределах своей отрасли. Одна из

причин важности конкуренции состоит в том, что отрасли сегментированы. Почти в каждой отрасли есть четко определенные разновидности продукции, многочисленные каналы ее распространения и сбыта и несколько типов покупателей. В основном выбор в этой составляющей таков: либо конкурировать по «широкому фронту», либо нацелиться на какой-нибудь один сектор рынка. Вид конкурентного преимущества и сферу, в которой оно достигается, М. Портер объединяет в понятие типовых стратегий, которые показаны на рисунке 1.

Сфера конкуренции	Широкая цель	Лидерство за счет экономии на издержках	Дифференциация
	Узкая цель	Сфокусированные издержки	Сфокусированная дифференциация
		Меньшие издержки	Дифференциация

Конкурентное преимущество

Рисунок 1 – Типовые стратегии

Таким образом, в основе концепции типовых стратегий лежит идея, что каждая стратегия основана на конкурентном преимуществе и что для того, чтобы добиться его, фирма должна обосновать и выбрать свою стратегию. Схема получения прибыли фирмой в зависимости от выбранной типовой стратегии может быть представлена следующим образом (рисунок 2).

Если говорить о стратегии лидерства по издержкам, то существует много способов снижения себестоимости с одновременным поддержанием среднего по отрасли качества. Однако некоторые способы снижения себестоимости связаны с движением по кривой опыта, увеличением масштабов производства для достижения максимальной экономии.



Рисунок 2 – Типовые стратегии и прибыльность

На рисунке 3 приводится пример кривой опыта. Более низкий уровень себестоимости достигается по мере увеличения объемов производства, т. е. многократное изготовление одного и того же вида продукции приведет к нахождению более эффективного метода его производства.



Рисунок 3 – Кривая опыта

Если говорить о стратегии дифференциации, то она означает, что необходимо чем-то отличаться от других. Ключом к успеху при проведении дифференциации является уникальность, которая ценится покупателями.

Если покупатели желают платить за эти уникальные особенности большую цену, и если издержки контролируются фирмой, то надбавка к цене приведет к большой прибыльности. Центральным моментом в этой стратегии является понимание нужд покупателя. Фирме необходимо

знать, что ценится покупателями, предоставлять именно требуемый набор качеств и, соответственно, назначать цену. Если фирма добилась успеха, то определенная группа покупателей на этом сегменте рынка не будет рассматривать товары, предлагаемые другими компаниями в качестве заменителя ее продукции. Фирма создает, таким образом, группу постоянных покупателей, почти что минимонополию.

Успешно проводимая стратегия дифференциации снижает остроту конкуренции, которая часто наблюдается в отраслях по производству товаров широкого потребления. Если поставщики поднимут цены, «преданные» покупатели, с малой чувствительностью к цене, скорее всего, примут конечное повышение цен, предложенное производителем эксклюзивного товара. Более того, приверженность покупателей играет роль своего рода барьера для выхода на данный рынок новых производителей и замены данного продукта другими подобными товарами.

Термин «дифференциация» широко используется как в области стратегического планирования, так и в области маркетинга. Однако он может быть использован и в более узком смысле при определении позиции фирмы в отрасли. В большинстве отраслей компании не предлагают товары, совершенно одинаковые с конкурентами. Например, они могут отличаться по стилю, по используемой дистрибьюторской сети, по уровню послепродажного обслуживания. Если подобные отличия ведут к тому, что компания может назначать более высокую цену, чем существующая в отрасли средняя цена, то можно считать, что фирма дифференцируется, если использовать терминологию М. Портера. Однако в большинстве случаев подобные отличия дают нам только представление о положении в отрасли определенной фирмы.

Стратегия фокусирования подразумевает выбор узкого сегмента или группы сегментов в отрасли и удовлетворение потребностей этого сегмента с большей эффективностью, чем это могут сделать конкуренты, обслуживающие более широкий сегмент рынка. Стратегия фокусирования может применяться как фирмой, являющейся лидером по себестоимости,

которая обслуживает данный сегмент, так и дифференциатором, удовлетворяющим специальные требования сегмента рынка тем способом, который позволяет назначать высокую цену. Так что фирмы могут конкурировать по широкому фронту (обслуживая несколько сегментов) или сосредотачиваться на узком направлении (целенаправленное действие). Оба варианта стратегии фокусирования основываются на различиях между целевыми и остальными сегментами отрасли. Именно эти различия можно назвать причиной образования сегмента, который плохо обслуживается конкурентами, осуществляющими широкомасштабную деятельность и не имеющими возможности приспособиться к специфическим потребностям данного сегмента. Фирма, сфокусированная на себестоимости, может превзойти фирмы, ориентирующиеся на широкий круг потребителей, за счет своей возможности устранить «излишества», которые не ценятся в данном сегменте.

Самая большая стратегическая ошибка, как считает М. Портер, состоит в желании гнаться за всеми зайцами, т. е. использовать все конкурентные стратегии одновременно. Иначе говоря, по мнению М. Портера, компания, которая не сделала выбор между стратегиями — быть ей лидером в области издержек или же заниматься дифференциацией — рискует застрять на полпути. Такие компании пытаются добиться преимуществ на основе как низкой себестоимости, так и дифференциации, но фактически не получают ничего. Плохие результаты деятельности являются следствием того, что фирма-лидер по издержкам, дифференциатор или фирма со сфокусированной стратегией будут иметь лучшее положение на рынке для конкуренции на любом сегменте. Фирма, застрявшая в середине, будет получать значительную часть прибыли только в том случае, если положение в отрасли чрезвычайно благоприятно или если и все остальные фирмы находятся в подобном положении. Быстрый рост на ранних стадиях развития жизненного цикла отрасли может позволить таким фирмам получать хорошую отдачу от своих вложений, но по мере вхождения отрасли в стадию зрелости и по мере того, как конкуренция становится более интенсивной, фирмы, которые не сделали свой выбор

между существующими альтернативными стратегиями, рискуют быть вытесненными с рынка.

Следование той или иной типовой стратегии делает необходимым, чтобы у фирмы были определенные ограничения (барьеры), которые затрудняли бы имитацию (копирование) конкурентами выбранных ею стратегий. Поскольку эти барьеры не являются непреодолимыми, постольку фирме обычно требуется предлагать своим конкурентам меняющуюся цель путем постоянного инвестирования и обновления.

Рассмотрим модели стратегического выбора в зависимости от жизненного цикла продукта.

Одной из главных стратегических задач предприятия является проблема выбора сфер бизнеса, в которых оно намерено осуществлять свою деятельность. Это связано с обеспечением равновесия между краткосрочной и долгосрочной прибылью. Такое равновесие может быть достигнуто прежде всего балансированием жизненных циклов изделий, которое состоит в последовательном сосредоточении усилий предприятия на обеспечении производства изделий, находящихся в разных фазах жизненного цикла (рисунок 4).

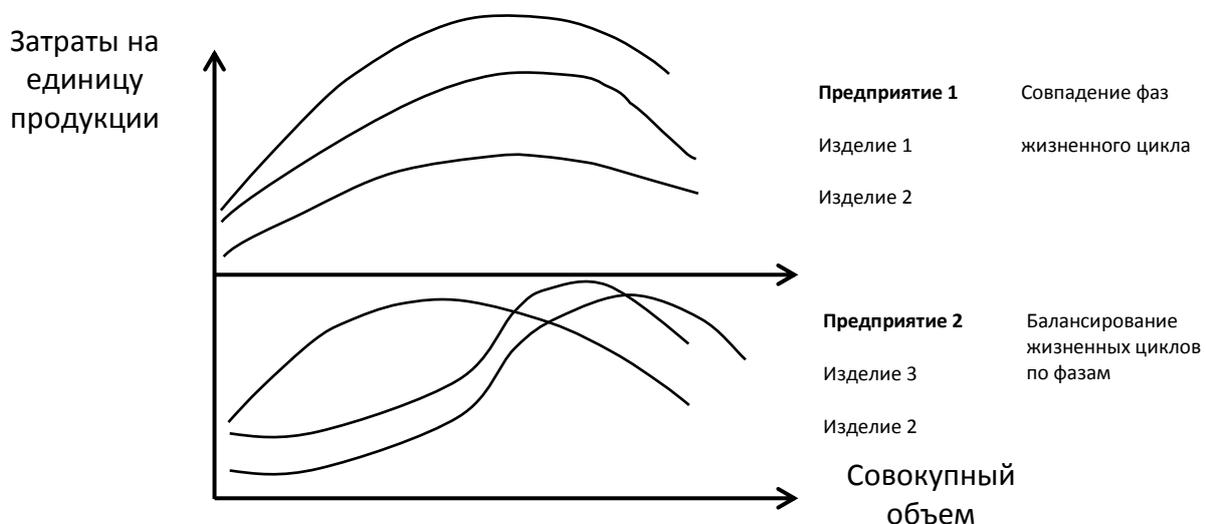


Рисунок 4 – Сопоставление двух наборов изделий предприятий

Из рисунка 4 видно, что предприятие 1 в краткосрочной перспективе имеет значительно более прочное положение, чем предприятие 2, поскольку все обслуживаемые им изделия находятся в одной фазе жизненного цикла. Для аналитиков это означает, что в одно и то же время объемы продаж по всем изделиям предприятия 1 характеризуются одними и теми же тенденциями, которые и приводят к максимизации дохода предприятия в каждый данный момент времени. С другой стороны, если рассматривать долгосрочную перспективу, то можно сделать вывод о том, что предприятие 1 может ожидать крах, поскольку все обслуживаемые им изделия придут практически одновременно к фазе спада. Поэтому в этом случае целесообразно балансировать жизненные циклы изделий, т. е. создавать определенные условия для перманентного достижения максимального объема продаж по каждому изделию за счет их сдвига по фазам. Это означает, что по мере перехода изделий из фазы зрелости в фазу спада усилия предприятия должны направляться на другое изделие, для которого намечается переход из фазы роста в фазу зрелости. Таким образом, ясно, что жизненный цикл продукта оказывает большое влияние на выбор корпоративной стратегии. Набор типичных стратегий в зависимости от жизненного цикла продукта можно показать на следующей матрице, в которой строками являются стадии жизненного цикла продукта, а столбцами сила бизнеса (таблица 1).

На стадии развития обычно несколько компаний способны завоевать существенную долю рынка, и появление новых конкурентов с улучшенными продуктами часто результируется в большом числе компаний, предлагающих товар с различными характеристиками. В такой ситуации компания, у которой сила бизнеса достаточно высока, должна сосредоточиться на увеличении рыночной доли, что может быть достигнуто только через маркетинговую деятельность.

Компании, которые имеют средние преимущества, должны также пытаться увеличить рыночную долю, но могут выбирать: делать это не только через маркетинг, но также путем более рискованных приобретений. Для тех, у кого очень слабые силы, стратегиями могут быть

либо поиск того, как компании вернуться на старые позиции, либо оставить отрасль.

Таблица 1 – Типичные стратегии через жизненный цикл

Стадии жизненного цикла продукта	Сила бизнеса		
	Высокая	Средняя	Низкая
Развитие	Доля увеличивается преимущественно через маркетинг	Доля увеличивается через маркетинг или поглощение	Доля увеличивается Кругооборот Выход
Рост	Удерживать или увеличивать рыночную долю преимущественно через маркетинг	Увеличить долю через маркетинг или поглощение	Кругооборот Выход
Зрелость	Сохранить или увеличить долю преимущественно через маркетинг или некоторые приобретения Эффективные стратегии	Увеличить долю через поглощение Выборочно сжиматься	Выход
Снижение	Сохранять или увеличивать долю Выборочные приобретения	Выход	Выход

В течение стадии роста стратегией компании с очень высокими силами бизнеса будет сохранение и, если это возможно, увеличение рыночной доли. В свою очередь, это возможно достичь преимущественно через маркетинг. В «средней» категории увеличение доли рынка становится неотложным, если компания собирается заработать максимальную прибыль на последующих стадиях жизненного цикла продукта. Маркетинг будет оставаться самым важным условием достижения этой цели, но слияние (или подавление) станет перспективной возможностью. Для тех, кто имеет низкие силы бизнеса, это, наиболее вероятно, последний шанс получить прибыль в будущем периоде.

Поэтому, поскольку стратегия сохранения доли, вероятно, будет для этих компаний слишком дорогой для реализации, наиболее вероятными стратегиями останутся убыстрение кругооборота капитала и выход с рынка.

На стадии зрелости рынок становится более концентрированным, и дифференциация продукта существенно снижается. Для компаний с высокой силой бизнеса важно на этом этапе сохранить рыночную долю и получать прибыль от кривой опыта. В результате этого происходит сосредоточение на снижении издержек. Для тех компаний, которые имеют среднюю силу, единственный путь — это увеличение доли через поглощение более мелких компаний; или не в качестве альтернативной стратегии компания может искать пути постепенного оттягивания сил с рынка путем блокирования новых вложений и в общем «бегства» из бизнеса. В матрице эта стратегия обозначена как «выборочно сжиматься». Для тех компаний, которые нашли себя в категории с низкими силами бизнеса, предпочтительно выйти из отрасли, стараясь минимизировать при этом возможные потери.

Когда спрос начинает падать, связующая структура олигополистического рынка нарушается. Снижающаяся рыночная доля означает более низкие уровни продаж и прибыли, избыток мощности и др. При таких обстоятельствах вполне вероятно, что конкурентное действие, зачастую ценовая война, приведет к тому, что уровень продаж сохранится, что, в свою очередь, означает на снижающемся рынке зарабатывание рыночной доли. В этой ситуации наиболее вероятные шаги для сильных компаний — это увеличение рыночной доли, возможно через серию приобретений, которые потребуют частичного или общего снижения активов. Для тех компаний, которые имеют среднюю или слабую силу, доходность, вероятно, будет низкой, и поэтому «выборочное сжатие» или процесс выхода являются наиболее подходящим выбором.

Рассмотрим модели стратегического выбора на основе цикла развития предприятия.

Как отмечает А. Н. Петров, цикл развития предприятия есть «последовательная смена стадий «рост» — «нестабильность» — «выживание». Доказано, что любое предприятие в период своего функционирования проходит хотя бы первые две стадии, при этом время каждой стадии и ее глубина различны для каждого предприятия и зависят от множества факторов. Каждая из стадий развития предприятия имеет качественно различную основу, именно поэтому сам набор стратегических действий должен существенно различаться для каждой стадии.

Различные формы циклического развития предприятия представлены на рисунок 5.

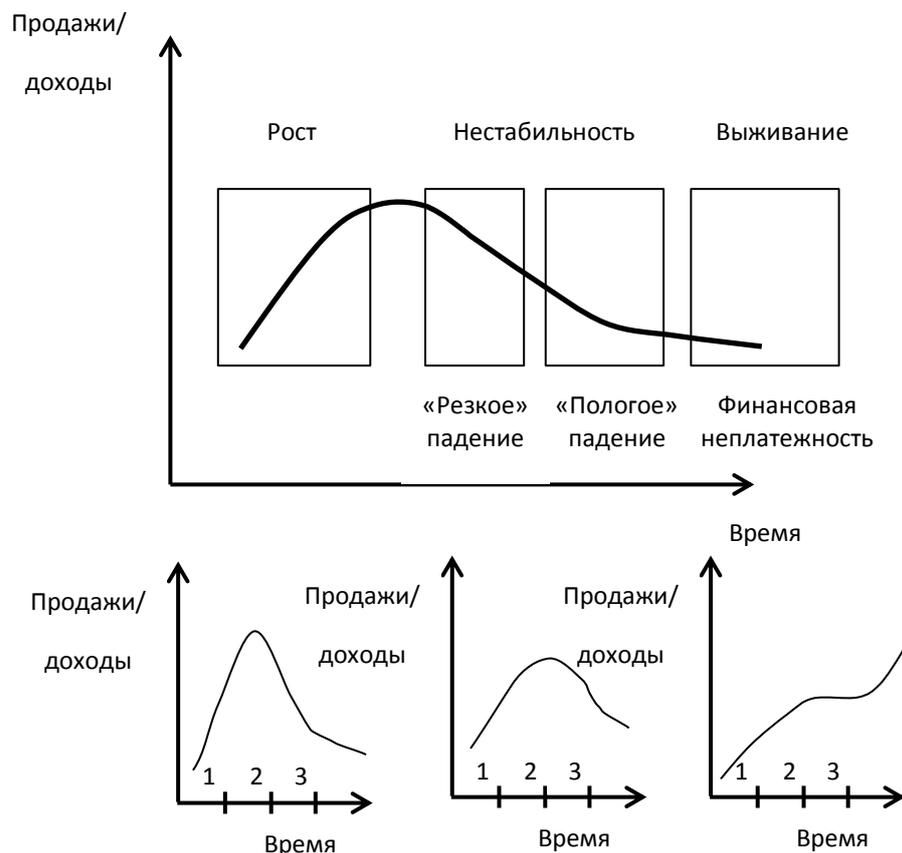


Рисунок 5 – Формы и стадии циклического развития предприятия в условиях рыночной экономики

Случай 1 соответствует быстрому росту и неожиданному падению. Он характерен для молодых, очень агрессивных предприятий,

специализирующихся на производстве одного продукта. Случай 2 соответствует длительному (иногда в несколько десятилетий) росту с неожиданным и быстрым падением. Пример фирмы «Крайслер», которая не смогла успешно пересмотреть свою деятельность во время «нефтяного кризиса» и затем в течение длительного времени боролась за выживание, относится именно к этому варианту циклического развития.

Случай 3 соответствует варианту, когда хорошо управляемая компания не достигает третьей стадии цикла (длительный рост и небольшая пауза), а уже в начале проявления негативных тенденций быстро стабилизирует ситуацию, пересматривает свою деятельность и начинает новую стадию роста.

Переход предприятия (фирмы) от одной стадии циклического развития к другой определяется совокупностью внешних и внутренних факторов. При рассмотрении данной проблемы необходимо обратить особое внимание на взаимосвязь четырех циклов развития: экономического цикла, отраслевого цикла, цикла развития предприятия (фирмы) и жизненного цикла товара. Очевидно, что все эти циклы соответствуют определенному уровню развития национальной экономики (рисунок 6).

Уровень национальной экономики	Наименование соответствующего цикла
↓ Макроуровень ↑	Экономический цикл
↓ Мезоуровень ↑	Отраслевой цикл
↓ Микроуровень ↑	Цикл развития предприятия

Рисунок 6 – Соответствие циклов развития уровню развития национальной экономики

Более того, можно сказать, что циклы более низкого уровня как бы «вкладываются» в качестве составных частей в циклы более высокого уровня и, таким образом, в существенной мере определяют

характеристики последних. Хотя, цикл развития более высокого уровня определяет собой новое системное качество и не является простой суммой сложения циклов более низкого уровня. Этот синергический эффект цикла более высокого уровня и есть влияние на его характеристики циклов более низкого уровня.

Кроме того, очень часто с динамикой экономического цикла связана политическая стабильность государства и направленность его внутренней политики по отношению к предпринимательской деятельности и государственному регулированию экономики, выражающимся в законодательных актах и нормах. Последние существенно влияют и, в конечном счете, определяют деятельность предприятий.

Отраслевой цикл во многом определяет оптимальное соотношение составляющих процесса производства товара и его конкурентоспособность. Одним из ведущих факторов, определяющих динамику отраслевого цикла, являются технологические прорывы — крупные научно-технологические открытия, позволяющие создать продукт с принципиально новыми потребительскими свойствами или технологию, существенно улучшающую качество производимого товара или удешевляющую его производство.

Чаще всего переход деятельности предприятия от стадии роста к стадии нестабильности связан с ошибками в области маркетинга, когда производимый товар уже не пользуется необходимым для устойчивого роста спросом, а новый товар еще «не вышел» на рынок или уже отторгнут им. Именно поэтому цикл развития предприятия тесно связан с жизненным циклом товара.

Обзор различных моделей и классов стратегии развития предприятия позволяет сформировать ряд авторских гипотез, верификация которых позволяет сконструировать алгоритм выбора оптимального типа стратегии в зависимости от состояния и динамики факторов экономической среды предприятия.

Все эти результаты формируют основу будущего авторского методического подхода к разработке стратегии развития предприятия в современных условиях.

Список литературы:

1. Галицкая Ю. Н., Мартынова Т. А. Оценка стратегической устойчивости и обоснование стратегии развития предприятия. Монография. 2010. С. 99-103
2. Щепакин М.Б., Маштаков А.И. Методологические и методические аспекты выбора стратегии развития региона. Труды Кубанского Государственного Аграрного Университета. 2009. №19. С.12-17
3. Семидоцкий В.А., Митагвария Т.Д. Характерные особенности процесса стратегического управления предприятием в условиях неоднозначных вызовов внешней среды. Вопросы экономики и права. 2012. №51. С.127-129

References:

1. Galickaya JN, Martynova TA. Assessment of strategic stability and justification of enterprise development strategies. Monograph. 2010. pp. 99-103
2. Shchepakina MB, Mashtakov AI. Methodological aspects of the choice of strategy for the region. Proceedings of the Kuban State Agrarian University. 2009. Number 19. С.12-173.
3. Semidotsky VA Mitagvariya TD. The characteristic features of the process of strategic management in terms of ambiguous calls the external environment. Questions of economics and law. 2012. Number 51. P.127-129

ОСОБЕННОСТИ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Колокольников О.Г.

Россия, Вологодский государственный университет

FEATURES AND METHODOLOGICAL SUPPORT FOR BUSINESS ACTIVITY

KOLOKOLNIKOV O.G.

RUSSIA, VOLOGDA STATE UNIVERSITY

Аннотация: Для принятия правильных управленческих решений предлагается разделять предпринимательскую деятельность и бизнес. Особенностью предпринимательской деятельности является использование инноваций. Оценка инновационной деятельности осуществляется исходя из параметров технологической системы, и если для получения требуемого управленческого решения потребуется объем финансирования меньше установленных предельно-необходимых затрат, то данное решение можно признавать инновационным, а разность будет определять получаемый нематериальный актив.

Abstract. For adoption of the correct administrative decisions it is offered to divide business activity and business. Feature of business activity is use of innovations. The assessment of innovative activity is carried out proceeding from parameters of technological system. If getting of the required managerial solution needs amount of financing less than fixed extremely necessary costs, then this solution can be acknowledged as innovative, and the difference will determine given intangible asset.

Ключевые слова: инновационная деятельность, предпринимательство, оценка, предельно-необходимые инвестиции.

Keywords: innovative activity, business, assessment, limiting-necessary investments.

Любая организация стремится закрепиться на рынке и осуществлять свою деятельность с высокой прибылью и продолжительное время. В соответствии с требованиями рыночной среды для стабильного состояния и дальнейшего развития необходимо постоянное повышение конкурентоспособности товаров и услуг любой организации. В первую и бесспорную очередь это связано с внедрением инноваций. Первым, кто начал рассматривать использование инноваций в качестве основного фактора развития бизнеса был Джозеф Шумпетер (Joseph Schumpeter). В своей работе «Теория экономического развития» (1912 г.)⁵ он выделил пять направлений инноваций, среди которых с учетом современных реалий остаются четыре основные типы инноваций: продуктовые, технологические, маркетинговые и организационные (аллокационные).

Первые три в большей степени зависят от умения разработать, внедрить, распознать, а где то интуитивно почувствовать идею, которая будет удовлетворять требованиям и запросам рынка. Данные инновации имеют субъективную природу и полностью зависят от возможностей генерирования идей конкретными индивидами или работой коллектива.

Чтобы говорить об действительно инновационном развитии организации необходимо создать соответствующие условия, способствующие инновационному развитию вне зависимости от конкретного руководителя или имеющегося в собственности компании инновационного продукта или технологии.

Формирование и разработка инновационной стратегии развития организации требует не только изучения и анализа состояния рынков и внутреннего потенциала организации, но и умения принимать адекватные

5 Шумпетер, Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия: пер. с англ. / Й. Шумпетер. – М.: Эксмо-Пресс, 2007. – 864 с.

решения на изменения рыночных условий. Наличие такой системы и свидетельствует о внедрении аллокационных инноваций.

Создание такой управленческой структуры во многом сдерживается отсутствием современных методологических подходов к выбору управленческих решений. Одной из причин, приводящих налаженный бизнес к кризисной ситуации, является некачественное предоставление информации, не адаптированной для принятия управленческих решений. Это вызвано тем, что основным носителем информации являются данные бухгалтерского учета, не отражающие в полном объеме действительную картину происходящего и не позволяющие руководителям достичь поставленные цели.

Исправить ситуацию можно в первую очередь путем постановки метрологического обеспечения управленческого учета не только в организации, но и во всей экономико-правовой системе государства. Если говорить о самом понятии «метрология» (от греч. «метрон» - мера, «логос» - учение), то это наука об измерениях, методах и средствах обеспечения их единства и требуемой точности. Любая наука требует единого понимания явлений и предметов изучения, а измерения служат основным источником информации о количестве, свойствах и характеристиках. Многие «специалисты» в области экономики считают метрологию составляющей технических наук и никак не хотят упорядочить экономическую науку. Однако установление единых измерений позволит правильно оценивать и интерпретировать полученные результаты, стандартизировать и правильно выбирать методы управления. Это подтверждается Федеральным законом от 26.06.2008 № 102-ФЗ «Об обеспечении единства измерений», в котором в пп. 4 п. 1 ст. 1 указано⁶, что целью Закона является содействие развитию экономики Российской Федерации и научно-техническому прогрессу. В Законе, правда, измерения в области экономики не отмечены в качестве сферы государственного регулирования. Но нельзя забывать, что сегодня

⁶ Федеральный закон от 26.06.2008 N 102-ФЗ "Об обеспечении единства измерений" // <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=77904>.

государство вопросы, связанные с регулированием той или иной деятельности, старается передать в руки саморегулирующих организаций, что сделано, например, в оценочной и многих других видах деятельности.

И для того, чтобы разрабатывать методологическое обеспечение управленческого процесса, необходимо разделять две формы ведения деятельности - бизнес и предпринимательство. С практической точки зрения весьма сложно пытаться их разделить, но в теоретическом плане эти понятия далеки от тождественности и требуют смыслового разграничения.

В самом широком понимании под бизнесом понимается деятельность по перераспределению ресурсов с одного рынка на другой путем дополнительного привлечения доступных ресурсов в целях создания прибавочной стоимости и получения дохода. А вот получать доход можно как, просто управляя существующими продуктами и процессами, так и пытаясь их изменить или создавая новые. Первый кто это отметил и в экономической деятельности выделил роль предпринимателя, был Й. Шумпетер⁷. По его мнению, функция предпринимателя заключается в реформировании и революционировании производства с использованием изобретений или в более общем смысле новых технологических решений для выпуска новых товаров или старых товаров новым способом, путем открытия новых источников сырья или материалов или новых рынков, реорганизации отрасли. Согласно весьма удачному современному определению, данному в Haas School of Business университета Berkeley, предпринимательство означает - the pursuit of opportunity beyond the resources you currently control, что можно трактовать как управление возможностями за пределами доступных ресурсов⁸.

Главное отличие предпринимательства от бизнеса состоит в постоянном поиске новых возможностей в условиях ограниченности ресурсов.

7 Шумпетер, Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия: пер. с англ. / Й. Шумпетер. – М.: Эксмо-Пресс, 2007. – 864 с.

8 Бочарский, К. Идеиная зачистка / К. Бочарский // Журнал «Секрет Фирмы» – 2008. – № 35. – С.40–44.

Предпринимательство предполагает нестандартный способ мышления, направленный на удовлетворение новых потребностей, и, как правило, оно обязательно связано с риском, правильно угадать будущий спрос. Предпринимательство - это особый вид ресурса, являющийся источником инноваций, поэтому, если имеется в виду производственная деятельность, в условиях стабильного развития организации уместно применять термин «бизнес», а в случае создания новых возможностей, качественного и инновационного развития - термин «предпринимательство».

Следующим этапом на пути построения современной управленческой структуры является создание системы измерения и оценки. Это подтверждается известным управленческим тезисом, право авторства которого отдают многим экономистам, в том числе и лорду Кельвину (William Thomson), и Тому ДеМарко (Tom DeMarco), и основателям BSC Роберту Каплану с Дэвидом Нортоном (Kaplan, Robert S. & Norton, David P.), утверждающим, «что нельзя измерить, нельзя в достаточной мере понять, успешно контролировать или изменять». Принимая данное высказывание, следует сделать выводы, что для того чтобы управлять чем-либо, в том числе инновациями, необходимо уметь измерять «это», а значит располагать количественной оценкой. Именно количественные оценки и их динамика, должны определять результаты управленческой деятельности. Стоит отметить, что количественные измерители могут быть как натурально-вещественными, так и денежными, и если в качестве количественного измерителя выступают стоимостные показатели (в том числе денежные потоки), то изучением данных объектов следует относить к области исследований управления предпринимательством или менеджмента.

В качестве отступления хочется заметить, что понятие «менеджмент» должно коррелировать с понятием «бизнес», и менее всего должно соответствовать предпринимательской и инновационной деятельности.

Если говорить об этимологии термина «менеджмент», то обращает на себя внимание, что в английском языке очень много слов со значением управлять: *to manage, to operate, to govern, to control, to administer, to run,*

to drive, to steer. Соответственно для каждого отдельного случая возможно разное применение. Что касается слова *to manage* (заведовать, руководить), от которого и произошло - *management* (управление), есть много оснований утверждать, что в Англию оно пришло из Франции, где сегодня все еще употребляется, совсем близкое в написании такое слово как *le manège*, означающее манеж, выездку, а также хитрую уловку. Считается, что туда оно попало из Италии (Римской Империи), а родом оказалась из Греции. Где в древней Греции подобным образом называли процесс обучения (объездки) верховых лошадей.

Существует другое, более распространенное современное понимание происхождения *менеджмента* от другого латинского слова *manus* (рука)⁹, которое первоначально также означало умение управлять животными, в первую очередь лошадьми, а затем и способность владеть оружием и управлять колесницей. Более конкретное понимание видится через латинское словосочетание - *manu agere* (указывать рукой), от которого считается, и произошло старофранцузское слово *ménagement*.

Еще одна этимология проводится уже американскими экономистами, которые признают происхождение от слова рука, но совершенно в другом качестве, связанным со словом *manacle* - оковы, наручники. Предполагая, что они имеют общий корень, и самое главное смысл, и в этом контексте под менеджментом понимая жесткий контроль над соблюдением всех норм и правил в рамках существующей организации.

Таким образом, обобщая вышесказанное, можно предполагать, что под менеджментом первоначально понимались заученные правила и методы управления, диктующие неукоснительное выполнение требований собственника бизнеса (конкретные распоряжения) и соблюдения законов рынка (ограничение применения), не предусматривающее использование инициативы за пределами отведенных полномочий и расширение границ использования.

⁹ Клок, К. Конец менеджмента и становление организационной демократии: пер. с англ. / К. Клок, Дж. Голдсмит. – СПб.: Питер, 2004. – 368 с.

Возвращаясь к вопросу измерения и наличия факта предпринимательской деятельности можно отметить существование большого количества различных критериев оценки производственной деятельности, с которыми не всегда возможно согласиться, именно из-за отсутствия единого понятийного понимания. Для того, чтобы разделить предпринимательскую деятельность от обычной производственной деятельности, необходимо установление основных ключевых критериев отличия.

Й. Шумпетер выделяя особенности предпринимателя назвал способности отдельных лиц, проявляющих инициативу для получения качественных преобразований (новаций) предпринимательской деятельностью. Согласно утверждению Й. Шумпетера, предпринимательская функция неразрывно связана с новшествами, при этом обращая внимание, что данная деятельность «дело сложное и доступное лишь людям, обладающим определенными качествами»¹⁰. Он отмечал, что данная функция не может быть постоянной, в будущем называя такую функцию инновационной деятельностью.

Дальнейшему развитию понятия инновационной деятельности дали учения Н.Д. Кондратьева, который предлагал любые экономические явления рассматривать с точки зрения статики (системы) и динамики (процесса), а динамические изменения дополнительно разделять еще на количественные и качественные¹¹. Таким образом, для формирования целого понимания инновационной деятельности, необходимо рассматривать данное явление в совокупности статических и динамических элементов.

Динамика характеризует процессы изменчивости внутри системы и взаимодействия между другими системами, а также возможности адаптации к изменяющимся условиям внешней среды. Если рассматривать понятие предпринимательства (инновационной деятельности), с точки

10 Шумпетер, Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия: пер. с англ. / Й. Шумпетер. – М.: Эксмо-Пресс, 2007. – 864 с.

11 Кондратьев, Н.Д. Основные проблемы экономической статики и динамики: Предварительный эскиз/Н.Д. Кондратьев - М.: Наука, 1991.

зрения такого (процессного) подхода, то необходимо разделять обычную деятельность, которая направлена на получение дохода и создание прибавочной стоимости путем переработки и перераспределения ресурсов с одного рынка на другой с использованием дополнительного привлечения доступных ресурсов и инновационную. Инновационную деятельность будет отличать направленность на управление дополнительными возможностями и изменениями за пределами доступных ресурсов и процессов, в результате которой возникает дополнительный доход, превышающий показатели доходности от обычной деятельности. В результате инновационной деятельности должна формироваться повышенная добавленная стоимость и как следствием этого, появляться прирост стоимости бизнеса.

Если говорить об инновационной деятельности (предпринимательстве) с точки зрения статики, то тут необходимо уделить внимание изучению структуры системы, а также упорядоченности элементов и их функций. Инновационную деятельность от бизнеса отличает наличие особого вида ресурса, называемого предпринимательским, использующего нестандартные способы мышления, и направленного на поиск и удовлетворение новых потребностей. Инновационная деятельность непосредственно связано с получением дополнительной выгоды связанной с использованием интеллектуальной собственности.

Таким образом, предпринимательство – это инновационная деятельность, а также особый вид ресурса, являющийся источником инноваций, поэтому, если имеется в виду производственная деятельность, в условиях стабильного развития организации - уместно применять термин «бизнес», а в случае создания новых возможностей, качественного и инновационного развития, создающего конкурентные преимущества - термин «предпринимательство» или «инновационная деятельность». В результате такой деятельности при использовании интеллектуальной собственности происходит изменение существующего технологического процесса или расширение рынка сбыта увеличивающие стоимость бизнеса, который должен отражаться на балансе организации в составе нематериальных активов. В итоге, инновационная деятельность

(предпринимательская) должна оцениваться по совокупным результатам изменения и внедрения новых продуктов и процессов, а также нахождения новых направлений для развития на основе имеющихся ресурсов. Результатом инновационной деятельности должно стать повышение конкурентоспособности существующего бизнеса, что обязательно должно привести к увеличению дохода, как за счет увеличения реализации, так и за счет увеличения маржи, изменения цены или снижения себестоимости.

Величина дохода, получаемая от предпринимательской деятельности, является исходным параметром при оценке, так как она должна демонстрировать показатели, отличающиеся от среднерыночных. Этот факт и должен быть положен в метрологическую основу оценки инновационной деятельности.

При реализации в рамках технологической системы инвестиционного проекта в виде реконструкции или модернизации всегда должен быть получен доход, в соответствии с существующей характеристикой бизнеса для данной системы.

Характеристика бизнеса определяет специфику технологического процесса, может быть равна, больше и меньше единицы. В частности, исследования, показали, что для металлургических организаций коэффициент характеристики бизнеса (k) равен 0,5 (для лесопромышленных организаций $k = 0,8$; для организации лёгкой промышленности $k=1,5$)¹².

В качестве характеристики бизнеса принимается условие для производственного процесса, что производственная необходимость переработать заданное количество сырьевых и энергетических ресурсов $Z_{пп}$, руб/год должна быть обеспечена адекватными производственными возможностями $U_{тс}$, руб/год. Таким образом, предлагается использовать отношение:

12 Шичков, А. Н. Экономика и менеджмент инновационных процессов в регионе: Монография / А.Н. Шичков. – М.: ИД «ФИНАНСЫ и КРЕДИТ», 2008. – 360 с.

$$k = \frac{Z_{пп}}{U_{тс}}, \quad (1)$$

где, $Z_{пп}$ – затраты на производство продукции, руб./год.

$U_{тс}$ – справедливая стоимость технологической машины (системы) в процессе производственного цикла.

С позиций собственника основных фондов государства k близко к понятию фондоотдачи, а с позиции частной собственности k является характеристикой бизнеса. В какой-то мере этот параметр адекватен параметру – «энтропия», позволяющего установить ценность технологической системы. С увеличением k ценность технологической системы (произвольно) уменьшается, а с уменьшением k (в том числе при вложении инвестиций) – ценность возрастает.

Так вот, в случае получения результата от внедрения инвестиционного проекта, превосходящего существующий производственный процесс, свидетельствующий о повышении конкурентоспособности бизнеса, будет отражен через показатель уменьшения характеристики бизнеса. Условие конкурентоустойчивости организации в рыночной системе можно сформулировать как создание условий роста, обеспечивающих превышение среднерыночных показателей.

В связи с тем, что характеристика бизнеса должна быть одинаковой в рамках одной отрасли, значит, в знаменателе должна появиться дополнительная стоимость технологической системы $\Delta U_{тс}$, тем самым, оставляя значение характеристики бизнеса постоянной. В связи с тем, что данное повышение стоимости вызвано результатами интеллектуальной деятельности, данное увеличение соответствует приросту нематериального актива ($U_{нма}$).

Таким образом, под инновационным менеджментом (предпринимательской деятельностью) следует понимать такие управленческие решения, которые приводят к созданию нематериального актива. Если в результате инвестиционного проекта отсутствует нематериальный актив, то такой проект нельзя назвать инновационным.

Представленное положение имеет также весьма интересную практическую значимость при оценке инвестиционных проектов. Так в обычной практике используют множество методик, в том числе наиболее авторитетная модель UNIDO, которые по своему содержанию соответствуют оценке проекта со стороны инвестора. И в большинстве забываются интересы собственника, точнее, представляемые расчеты пытаются представить единственно-возможными, требуя принятия решения по стандартным показателям.

Главной ошибкой является необходимость выбора из конкретных вариантов решений. В соответствии с принципами инновационного менеджмента руководитель должен уметь ставить задачи по достижению конкретных целей, и знать, сколько должно стоить достижение данной цели для бизнеса (заданной характеристики бизнеса).

В работах Шичкова А.Н., Колокольникова О.Г.¹³ показано, что параметром, определяющим результат производственной деятельности организации является объем выпущенной продукции, выражаемый через себестоимость производимой продукции или услуг, и соответственно равный понесенным расходам (затратам) при производстве продукции или услуг:

$$V = Z_{\text{пп}} = W * G, \text{ руб./год,} \quad (2)$$

где, W – удельные затраты, руб./ед. продукции;
 G – объём производства продукции, руб./год.

В основе создаваемой модели лежит U-образная зависимость удельных затрат (W) от объема производства продукции (G), определяемая как:

$$|W - W_0| = |G - G_0|^{k+1}, \quad (3)$$

где, k – характеристика бизнеса (технологической системы).

13 Колокольников, О.Г. Менеджмент инновационных процессов на основе реструктуризации предприятия на технологические системы / О.Г. Колокольников // Всероссийский научно-практический журнал об инновационной деятельности Инновации – 2007. – № 1 (спец. выпуск, январь). – с. 91 - 94.

Среди сценариев управления инновационными процессами, позволяющих увеличить доход организации, выделяются 2 основных.

В первом случае, происходит расширение выпуска выпускаемой продукции без изменения технологического процесса

В этом случае объем выпущенной продукции (доход) увеличивается за счёт увеличения объёма производства (с G_1 до G_2) и при полной реализации продукции (ζ). На рис. 1 представлена графическая интерпретация инновационного процесса увеличения объёма производства без изменения технологического процесса.

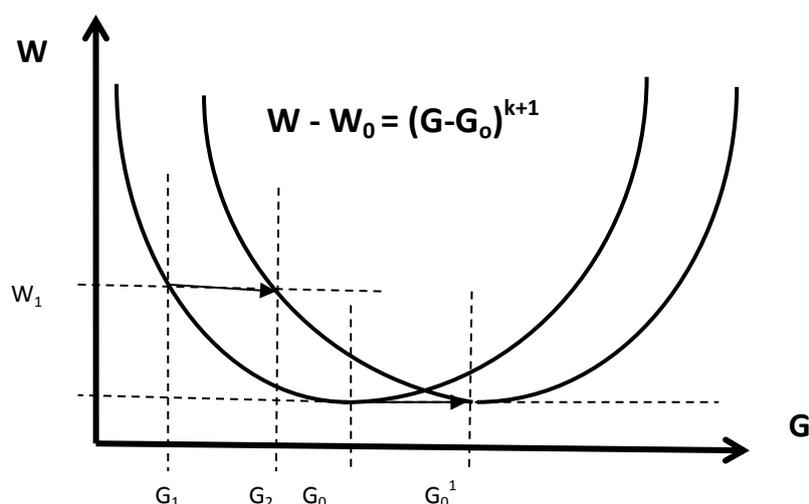


Рис. 1 Графическая интерпретация инновационного процесса увеличения объёма производства в технологической системы без изменения технологии ($k = \text{Const}$)

В этом случае предыдущий и новый производственные процессы описываются эквидистантными функциями, имеющие одинаковую кривизну (одинаковый показатель степени k). Если известно минимальное значение параметра G_0 , то проектируемое значение G_0^1 получим суммированием с ΔG .

При уменьшении удельных затрат при неизменной технологии ($k = \text{const}$) также не идёт об изменении технологического процесса. В результате

освоения технологических инноваций характеристика бизнеса k не изменяется (рис. 2), а все действия направлены на уменьшение удельных затрат. В результате их характеристики являются эквидистантными кривыми.

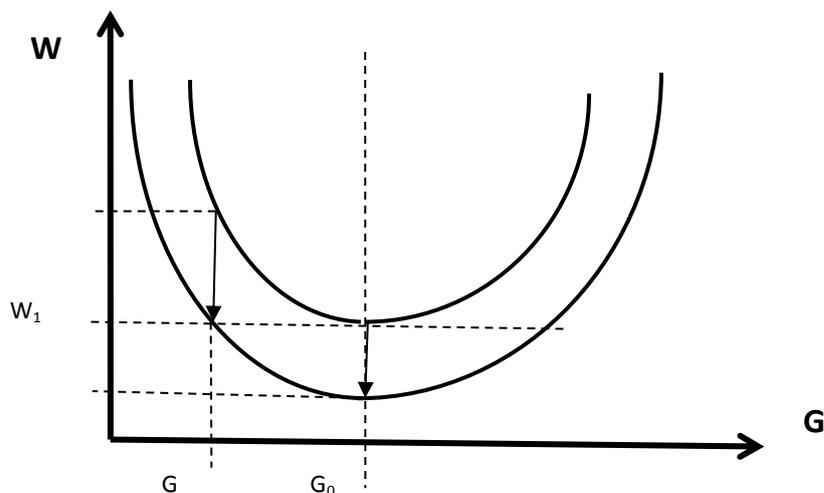


Рис. 2 Графическая интерпретация инновационного процесса, направленного на уменьшения удельных затрат без изменения объёма производства и технологического процесса

Снижение удельных затрат на производство продукции является приоритетным направлением в инновационных процессах при выводе организаций из кризиса. Однако прямой рост прибыли приводит к значительному налогу на прибыль.

Для упрощения, на рис. 3 представлено семейство - зависимостей удельных затрат (W) от объема производства продукции (G).

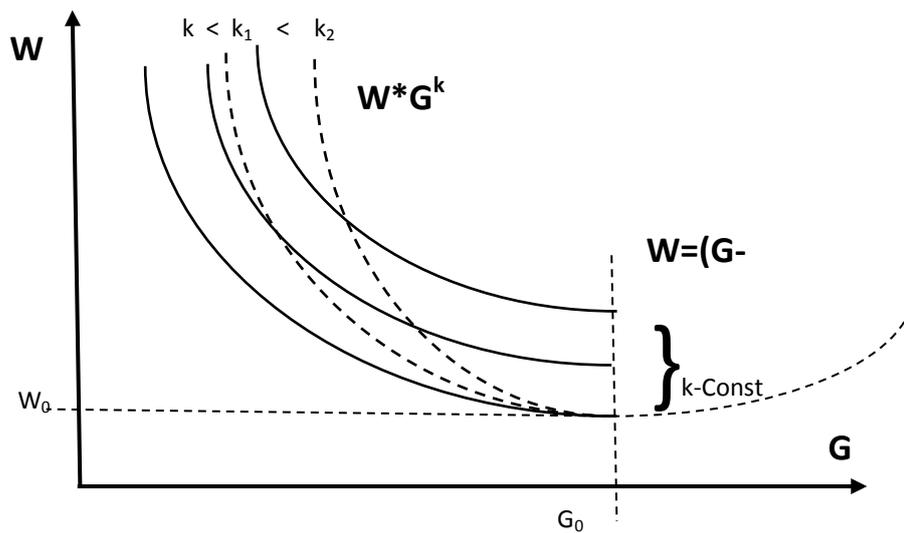


Рис. 3. Замена симметричной зависимости характеристики технологической системы на гиперболическую зависимость

Сплошными эквидистантными линиями изображены характеристики технологических систем, имеющих постоянную константу k , а пунктирными линиями – технологическая система с переменными константами, соответственно k_1 и k_2 .

Правая ветвь характеристики технологической системы не интересует, так как при увеличении объёма производства продукции увеличиваются удельные затраты. При рассмотрении нисходящей ветви можно интерпретировать ее в виде гиперболы, которая представляет в упрощенном виде модель технологической системы как:

$$W * G_k = \text{Const} . \quad (4)$$

Из данной закономерности легко производится расчёт константы технологической системы:

$$k = \frac{\ln \frac{W_1}{W_2}}{\ln \frac{G_2}{G_1}} . \quad (5)$$

Технологический процесс в результате инвестиционного проекта должен оставаться прежним, поэтому неизменной остается константа технологической системы k .

Предельно-необходимые инвестиции оцениваются из следующих условий:

$$\begin{aligned}\frac{\Delta Z}{\Delta U} &= k \\ \Delta U &= \frac{\Delta Z}{k}\end{aligned}\quad (6)$$

где ΔU – предельно-необходимая стоимость дополнительных технологических систем, необходимых для производства дополнительной продукции на величину затрат $\Delta Z_{\text{пп}}$.

Среди сценариев управления инновационными процессами, позволяющих увеличить доход организации, выделяются 2 основных:

Расширение рынка сбыта выпускаемой продукции без изменения технологического процесса;

Уменьшение удельных затрат при неизменной технологии ($k=\text{const}$).

Что непосредственно следует из следующей зависимости:

$$\Delta Z = W\partial G + G\partial W \quad (7)$$

В общем виде предельно-необходимые инвестиции при увеличении выпуска продукции, без изменений удельных затрат, составляют:

$$I_{\text{п-н}}^W = \frac{(G_2 - G_0)^{k+2} - (G_1 - G_0)^{k+2}}{(k+2) * k} + \frac{W_0 * (G_2 - G_1)}{k}, \quad (8)$$

или можно представить в виде¹⁴:

14 Колокольников, О. Г. Критерии принятия управленческих решений в технологических системах при внедрении инноваций/ О. Г. Колокольников // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Сер.: Экономические науки - 2012 - № 6 (161). - С.198-202

$$I_{п-н}^W = \frac{3}{k} * \ln \frac{G_2}{G_1} = U * \ln \frac{G_2}{G_1} . \quad (9)$$

Предельно-необходимые инвестиции для реализации задачи снижения удельных затрат, при неизменном объеме выпуска продукции, составят:

$$I_{п-н}^G = \frac{3}{k} * \left| \ln \frac{W_2}{W_1} \right| = U * \left| \ln \frac{W_2}{W_1} \right| . \quad (10)$$

Инвестиции не могут быть отрицательными, поэтому значение логарифма отношения удельных затрат необходимо брать по абсолютной величине в связи с отрицательным значением логарифма числа меньше единицы.

В общем виде данные формулы лучше не рассматривать, так как они представляют разновидности управленческих задач. Задача расчёта инвестиционного проекта при одновременном увеличении объёма производства продукции и снижение удельных затрат решается как сумма вышеуказанных задач.

В этом случае затраты на реконструкцию или модернизацию будут оцениваться исходя из параметров технологической системы, и если для получения требуемого управленческого решения потребуется объем финансирования меньше установленных предельно-необходимых затрат, то данное решение можно признавать инновационным, а разность будет определять получаемый нематериальный актив.

В этой связи планирование и реализация инновационных программ требует от организаций дополнить дискретный бухгалтерский учёт основных фондов учётом их в управляющей компании по комплексам, являющимися технологическими системами. Только такой учёт позволит компании организовать метрологическое обеспечение технологических и адекватных экономических процессов проектирования и реализации инновационных проектов. Причём это надо делать по методам и формам бухгалтерской системы учёта с последующим включением результатов в общий баланс.

Полное и адекватное отражение результатов в бухгалтерском учете результатов инновационной деятельности позволит потенциальным контрагентам и инвесторам высоко оценить потенциал организации и быть для них более привлекательным для дальнейшего сотрудничества.

Таким образом, результатом инновационной деятельности служит повышение конкурентоспособности технологической системы, в результате чего создается инновация, которая обязательно должна быть оформлена как нематериальный актив, оценка которого предлагается к использованию в качестве основного критерия для принятия управленческого решения при внедрении инвестиционного проекта. Для оценки нематериального актива предлагается использовать такую категорию как предельно-необходимые инвестиции, определяющую максимально-возможные затраты для получения требуемого результата производственной деятельности. Разница между предельно-необходимыми инвестициями и реальными затратами при внедрении инвестиционного проекта указывает на использование новых инновационных решений, позволяющих получать требуемые результаты за счет меньших, по сравнению с используемыми, инвестиций.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 26.06.2008 N 102-ФЗ "Об обеспечении единства измерений" // <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=77904>.
2. Кондратьев, Н.Д. Основные проблемы экономической статики и динамики: Предварительный эскиз/Н.Д. Кондратьев - М.: Наука, 1991.
3. Шумпетер, Й. А. Капитализм, Социализм и Демократия: Пер. с англ. / Шумпетер Й.А. — М.: Экономика, 1995. - 540 с.
4. Колокольников, О. Г. Организация производства на принципах антикризисного управления с использованием инноваций: учеб. пособие / О. Г. Колокольников. – Вологда: ВоГТУ, 2009. - 155 с.
5. Шичков, А. Н. Экономика и менеджмент инновационных процессов в регионе: Монография / А.Н. Шичков. – М.: ИД «ФИНАНСЫ и КРЕДИТ», 2008. – 360 с.
6. Колокольников, О.Г. Менеджмент инновационных процессов на основе реструктуризации предприятия на технологические системы / О.Г. Колокольников // Всероссийский научно-практический журнал об инновационной деятельности Инновации – 2007. – № 1 (спец. выпуск, январь). – с. 91 - 94.

7. Колокольников, О. Г. Критерии принятия управленческих решений в технологических системах при внедрении инноваций/ О. Г.Колокольников // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Сер.: Экономические науки - 2012 - № 6 (161).- С.198-202.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ И ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ЗНАНИЕ КАК ИННОВАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННЫМИ КОМПАНИЯМИ

КРОТОВ А.Ю.

Россия, Российская академия народного хозяйства и государственной
службы при Президенте Российской Федерации

BRAIN CAPITAL AND ORGANIZATIONAL KNOWLEDGE AS INNOVATIVE FACTORS OF MODERN COMPANY MANAGEMENT

KROTOV A.

RUSSIA, THE RUSSIAN PRESIDENTIAL ACADEMY OF NATIONAL ECONOMICS AND PUBLIC
ADMINISTRATION

Аннотация: Отечественным компаниям важно искать пути активизации роста и повышения эффективности использования интеллектуального капитала организации и применять элементы современных технологий создания организационного знания. Управление процессом создания нового знания позволило бы сделать более эффективным инновационный процесс в России, поскольку исследователи и разработчики были бы в своей деятельности четко ориентированы на нужды потребителей, а производители - заинтересованы в результатах как основе повышения собственной конкурентоспособности.

Abstract: It is important for domestic companies to seek ways of activating growth and increasing effectiveness of the use of organization's brain capital and apply elements of modern technologies for creating organizational knowledge. Administration of the process of creating a new knowledge would allow to raise effectiveness of Russian innovative process, because of narrow orientation of researchers and developers at customer's needs and interest of manufacturers in results as the basis for increasing own competitiveness.

Ключевые слова: экономика знаний, интеллектуальный капитал, знание, активы, организационная структура, инновации, управление, инновационный менеджмент, производительность, труда, разработка новых изделий.

Key words: knowledge economy, brain capital, knowledge, assets, organizational structure, innovations, administration, innovation management, labor productivity, new product manufacture.

Особенности развития современных компаний связаны с феноменом перехода к, так называемой, экономике знаний, представляющую собой «тип экономики, в которой сектор знаний играет решающую роль, а производство знаний является важнейшим источником роста экономики» [1]. Развитие компаний в период перехода к экономике знаний должно базироваться, в первую очередь, на росте их интеллектуального капитала.

В отечественной литературе наиболее часто используется определение интеллектуального капитала, данное Б.З. Мильнером [2]:

- рыночные активы (нематериальные активы, связанные с рыночными операциями);
- интеллектуальная собственность как актив (патенты, авторские права, торговые марки товаров и услуг, ноу-хау, торговые секреты и т.д.);
- человеческие активы (совокупность коллективных знаний сотрудников предприятия, их творческих способностей, умения решать проблемы, лидерских качеств, предпринимательских и управленческих навыков, а также психометрические данные и сведения о поведении отдельных личностей в разных ситуациях);
- инфраструктурные активы (технологии, методы и процессы, которые делают возможной работу предприятия).

Однако существует целый ряд других определений интеллектуального капитала:

- «... интеллектуальный капитал – это активы, стоимость которых согласно балансовому отчету, равна нулю» (С. Уоллман – ссылка по [3]);
- «... патенты, процессы, управленческие навыки, технологии, опыт и информация о потребителях и поставщиках. Объединенный вместе эти знания составляют интеллектуальный капитал» (Т.Стюарт [4]);
- «Интеллектуальный капитал – это интеллектуальная деятельность (Дж.К. Гелбрейт [5]);
- «Интеллектуальный капитал – это превращение знаний и неосязаемых активов в полезные ресурсы, которые дают конкурентные преимущества индивидуумам, фирмам, нациям (К. Брадли [6]);
- «Интеллектуальный капитал включает в себя три элемента: (1) человеческий капитал, (2), потребительский капитал, (3) структурный капитал» (Г. Сент-Ондрж [7]).

При управлении компанией следует учитывать динамику показателей развития интеллектуального капитала. Однако перечисленные определения и формируемые на их основе, по сути, являются статичными, следовательно, для эффективного управления компанией следует формировать и использовать динамические показатели.

В данной работе как фактор инновационного развития компании нас будет интересовать, в первую очередь, составляющая интеллектуального капитала человеческие активы и более всего рост коллективных знаний сотрудников предприятия. В практике российских компаний принято обеспечивать рост коллективных знаний работников за счет проведения обучения сотрудников: на их рабочем месте, специальными подразделениями фирмы или на основе образовательного аутсорсинга. Особенно востребованы сегодня различные тренинги, чаще всего проводимые специализированными компаниями.

Особый интерес с точки зрения обеспечения роста коллективных знаний имеет система управления организационным знанием, созданная в японских компаниях и описанная И. Нонака [8]. Развитие коллективного знания в такой системе основывается на его последовательном преобразовании, в том числе из неявного (неформализованного) знания в явное (формализованное) и обратно. При этом новое знание на каждой итерации захватывает все новые структуры организации.

И. Нонака выделяет четыре вида преобразования знания: социализацию – преобразование неявного знания в неявное, экстернализацию – преобразование неявного знания в явное, комбинирование – перевод явного знания в явное и интернализацию – перевод явного знания в явное. Особенность данной системы заключается в таком обеспечении процесса, при котором новое знание по очереди преобразуется четырьмя описанными способами.

Попробуем прокомментировать данный подход на примере гипотетической компании, создающей некие товары. Работник, непосредственно работающий с потребителями (фронтальные работники), замечает, что потребители не всегда бывают удовлетворены какой-то характеристикой создаваемого изделия (например, размером) и делится своими замечаниями с другими работниками. В данном случае имеет место социализация – передача неформализованного знания другим сотрудникам и его обобщение как вывод относительно желательности изменения качеств товара.

Этот вывод становится основой для формирования технического задания для конструкторского бюро фирмы на поиск путей изменения (уменьшения) размеров производимого изделия. Это – экстернализация, в ходе которой неявное знание относительно неудовлетворенности потребителей преобразуется в конкретные формализованные требования для будущих разработчиков.

Техническое задание на проведение исследований по поиску возможностей уменьшения размеров изделия становится основой деятельности конструкторского бюро, возможно с привлечением

исследовательского подразделения. В ходе исследований и разработок происходит комбинирование – превращение формализованного знания относительно желаемых изменений изделия в другое формализованное знание относительно нового производственного процесса, позволяющего производить товары меньшего размера.

После этого следует стадия освоения нового производства, то есть социализация, при которой формализованные знания относительно основ нового производства превращаются в неявные знания и навыки работников по производству и продаже нового изделия.

На новом этапе работающие с непосредственными потребителями получают неформализованные знания об отношении потребителей к новому товару, при этом неявные знания относительно особенностей его продаж превращаются в неявные знания о пожеланиях потребителей к его характеристикам. Иными словами, происходит социализация. Процесс переходит на следующий виток.

Из приведенного примера очевидна еще одна особенность принятого в японских фирмах процесса управления знаниями, а именно, вовлечение в процесс все новых подразделений. Действительно его источником стали работники, непосредственно работающие с потребителями. Очевидно, формализация их требований и их передача разработчикам потребовала вмешательства руководителей фронтального подразделения и, вероятнее всего, представителей высшего менеджмента компании. На следующем этапе к процессу подключаются работники конструкторского бюро и исследовательского подразделения. Их результаты реализуют производственные подразделения, реализация готового товара поддерживается работниками, непосредственно работающими с потребителями.

При хорошей организации процесса управления знаниями на всех стадиях процесса обеспечивается коллективное обсуждение возникших проблем, а сам в процесс вовлекаются или он обсуждается практически всеми подразделениями компании.

Попробуем показать, как в использованном нами примере будет происходить процесс создания и внедрение в производство нового образца продукции в отечественной компании. Обычно, в отечественной практике новые товары и технологии создаются в результате работы исследователей и разработчиков, которые путем преобразования формализованного знания относительно открытых новых возможностей в также формализованные знания относительно возможностей применения новых технологий. Этот процесс полностью соответствует предложенному И. Нонака термину комбинирование.

В процессе внедрения новых технологий формализованные знания преобразуются в неявные знания и навыки работников, их реализующих и создающих в их результате новые товары. Иными словами, происходит процесс интернализации. Отметим, что к интернализации можно отнести большинство процессов внедрения новшества, в том числе и его использование в соответствии с инструкцией.

В процессе реализации новой технологии происходит обмен неявными знаниями и навыками работников, как производящих продукт, так и реализующих его. Согласно терминологии И. Нонака это – процесс социализации.

Если на приведенный стандартный процесс внедрения инноваций в отечественных компаниях посмотреть с точки зрения сформулированный И. Нонака принципов управления организационным знанием, можно отметить три ее особенности, на наш взгляд, приводящие к низкой эффективности инновационной деятельности российских компаний:

- процесс является линейным, то есть он не замкнут и, в результате не обеспечивается его непрерывность, и это не позволяет обеспечить при разработке новых изделий обратную связь от потребителя;
- источником процесса являются исследования и разработки (комбинирование), а не выявление потребностей клиентов (социализация), что также не соответствует ориентации разработок на потребителей;

- в процессе отсутствует преобразование неявного знания в формализованное (экстернализация), что нарушает непрерывность преобразования организационного знания.

Как следствие, процесс создания организационного знания в российских компаниях не обеспечивает собственного расширения и охвата новых подразделений организации, как это происходит в японских компаниях. На наш взгляд, это является одной из причин того, что отечественные компании плохо внедряют инновации и новые знания, которые, как было отмечено в начале данной статьи, становятся важнейшим источником роста современной экономики.

В подтверждение тезиса о низкой по сравнению с зарубежными странами инновационной активности отечественных компаний можно привести следующие данные по европейским странам [ссылка по 9]: в России удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации, составляет 8,5 %, тогда как в Германии – 65,1%, Швеции – 50%, Великобритании – 43%, Португалии – 40,9%, Италии – 36,3%, Франции – 32,6%; удельный вес отгруженных товаров, выполненных работ, услуг организаций, осуществлявших технологические инновации, в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг: в России – 31,2% , в Германии –89,3%, Швеции – 74,5%, Великобритании – 73,4%, Франции –68,4, Португалии – 67,6%, Италии – 64, 8%; удельный вес новых для рынка инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг организациями промышленного производства в России – 0,5%, Швеции –14,6%, Германии – 10,9%, Великобритании и Франции – 10,2%, Италии – 9,3, Португалии – 6,8%. Иными словами, инновационная активность отечественных компании гораздо ниже, чем в других странах Европы.

Таким образом, из приведенного материала может быть сделан следующий вывод: при управлении отечественными компаниями следует искать пути активизации роста и повышения эффективности использования интеллектуального капитала организации и применять элементы современных технологий создания организационного знания.

Управление процессом создания нового знания позволило бы сделать более эффективным инновационный процесс в России, поскольку исследователи и разработчики были бы в своей деятельности более ориентированы на нужды потребителей, а производители – заинтересованы в их результатах, как основе повышения собственной конкурентоспособности.

Как следует из приведенного материала, для этого необходимо, во-первых, превратить процесс создания и внедрения новшеств из линейного в циклический, обеспечить обратную связь от потребителя на основе периодического обмена неформальным знанием (социализацией) и его преобразованием в явное (экстернализацией). И это на сегодня является возможным путем повышения эффективности управления отечественными компаниями на основе развития интеллектуального капитала и использования технологий управления организационным знанием.

Возможным путем внедрения элементов современных зарубежных технологий создания организационного знания может оказаться использование при управлении компанией инновационных образовательных технологий. Так, в работе [10] показано, как корпоративное обучение и образовательный аутсорсинг могут обеспечить целостность процесса управления организационным знанием. В частности авторами [10] предлагается система образовательных программ от индивидуального консультирования руководителя и корпоративных программ до создания корпоративного университета.

На наш взгляд, такой подход мог бы стать основой реального внедрения инновационных технологий развития интеллектуального капитала и управления организационным знанием в практику отечественных компаний. А внедрение в российских компаниях современных инновационных образовательных технологий и технологий управления организационным знанием могли бы в значительной мере повысить их инновационную активность и, как следствие, их конкурентоспособность и эффективность их работы.

Список литературы:

1. Макаров В.Л. Экономика знаний: уроки для России /Экономическая наука современной России. Экспресс-выпуск, № 1 (11), 2003.
2. Мильнер Б.З. Управление знаниями. – М.: ИНФРА-М, 2003.
3. Голубкин В.Н., Клеева Л.П., Патока Л.В. Интеллектуальный капитал в эпоху глобализации мировой экономики.
4. Stewart T. Brainpower // Fortune/ – 1991. June 3. P.42.
5. Bontis N. Intellectual Capital: an exploratory study that develops measures and models / Paper presented at ASAC, 17th Annual McMaster Business Conference, Managing Intellectual Capital and Innovation. – Hamilton, Canada, 1996.
6. Albert S., Bradley K. Intellectual Capital as the Foundation for New Conditions relating to Organizations and Management Practices / Working Paper Series № 15. – Milton Keynes: Open University Business School, 1996.
7. Saint-Onge H. Tacit knowledge: the key to the strategic alignment of the intellectual capital // Strategy and Leadership. – 1996. – March–April (p.10-14)
8. Нонака И., Такеучи Х. Компания – создатель знания: Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003.
9. Клеева Л.П. Постановка проблемы эффективного функционирования научно-инновационной системы/ Сборник статей. – М.: Ин-т проблем развития науки РАН, 2009.
10. В. Голубкин, С. Календжян, Л. Клеева Образовательные программы как элемент управления корпоративным знанием // «Бизнес-образование» № 1 (20) 2006.

МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ФОРМИРОВАНИЯ СПОРТИВНО- ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА ПРИБАЙКАЛЬЯ: НЕОБХОДИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ, ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ

МАМАЕВА А.В., СЕМЕНОВ М. А.

Россия, Национальный исследовательский Иркутский государственный
технический университет

INTERREGIONAL PROGRAM OF FORMATION OF THE SPORTS AND TOURISM CLUSTER OF THE BAIKAL REGION: NEED OF FORMATION, PURPOSES, TASKS

MAMAYEVA A.V., SEMYONOV M.A.

RUSSIA, NATIONAL RESEARCH IRKUTSK STATE TECHNICAL UNIVERSITY

Аннотация. Рассматривается ситуация с развитием туризма в Прибайкалье, обозначены факторы, значительно снижающие конкурентоспособность региона на туристическом рынке. Приведена краткая характеристика региональных программ по развитию туризма Иркутской области и республики Бурятия, выявлены их сравнительные преимущества и недостатки. Представлены преимущества создания Спортивно-Туристического Кластера Прибайкалья

(СТКП) и единой межрегиональной программы по его формированию. Предложен перечень мероприятий для реализации идеи формирования СТКП.

Abstract. The article presents situation with tourism development of the Baikal region, the factors considerably reducing competitiveness of the region in the tourist market are designated. The short characteristic of regional programs on development of tourism of the Irkutsk region and the Buryat Republic is provided, their comparative advantages and shortcomings are revealed. Advantages of creation of the Sports and Tourism Cluster of the Baikal region (STCBr) and the uniform interregional program on its formation are presented. The list of actions for realization of idea of formation of STCBr is offered.

Ключевые слова: туризм, Прибайкалье, кластер, программа, Спортивно-Туристический Кластер Прибайкалья

Key words: tourism; Baikal region; cluster; program; Sports and Tourism Cluster of the Baikal region

Современный туризм - это неотъемлемая составная часть социально-экономической деятельности человека, представляющая собой целый комплекс различных явлений, событий и взаимоотношений. В мировой экономике туризм занимает одну из ведущих позиций.

Россия имеет высочайший туристический потенциал: по данным Всемирной туристской организации, мы занимаем 5 место в мире по привлекательности для туристов. Однако по конкурентоспособности российская туристическая отрасль находится лишь на 59 месте - между Уругваем и Аргентиной. Россия вкладывает в привлечение одного туриста в 10 раз меньше, чем в среднем другие страны мира. А по уровню государственной поддержки туризма наша страна занимает только 122 место [4].

Неудивительно, что и в Прибайкалье ситуация с привлечением туристов, несмотря на богатейший потенциал, далека от желаемой. Наличие разнообразных туристско-рекреационных активов нашего региона позволяет развивать здесь практически все виды туризма, включая культурно-познавательный, оздоровительный, деловой, активный, круизный, экологический, сельский. Однако существует ряд факторов, значительно тормозящих развитие туризма нашего региона, среди них:

- низкий уровень развития туристской и транспортной инфраструктуры (недостаточность, а в ряде муниципальных образований и отсутствие благоустроенных средств размещения туристов и объектов досуга),
- неудовлетворительное состояние заповедных и природоохранных зон, используемых для рекреации, а также объектов посещения туристами,
- короткий летний сезон, благоприятный для отдыха (2–3 месяца в году), с одной стороны, и весьма ограниченный перечень возможностей организации комфортного зимнего отдыха, с другой;
- дефицит высококвалифицированных кадров в сфере туристского обслуживания, недостаточно развитая, а в ряде муниципальных образований отсутствующая, транспортная и инженерная инфраструктура (дороги, сети энерго- и водоснабжения, очистные сооружения, причалы, пристани, берегоукрепление и т.д.), что является препятствием для привлечения частных инвестиций в туристскую сферу, высокие транспортные тарифы (авиаперевозки, железнодорожное сообщение)[10].

Сегодня на всех уровнях власти пришло понимание того, что туристическая отрасль в Иркутской области и республике Бурятия имеет огромный потенциал. К сожалению, пока доля отрасли в структуре ВРП региона невелика – порядка 1% [9], но в перспективе при должном подходе Прибайкалье может стать одним из мировых центров современного туризма.

В Концепции социально-экономического развития Иркутской области на период до 2020 года, утвержденной распоряжением Губернатора Иркутской области от 4 июня 2010 года № 34-р, отмечается, что наличие уникальных рекреационных ресурсов отнесено к основным конкурентным преимуществам Иркутской области, а развитие туризма на озере Байкал и прилегающих территориях - к комплексным приоритетам развития области на период до 2020 года (п.10 перечня приоритетов).

Республика Бурятия также является одним из самых перспективных регионов России по своему туристско-рекреационному потенциалу. Байкальский регион, частью которого является Бурятия, входит в пять наиболее привлекательных дестинаций для иностранных туристов. Однако в рейтинге популярности регионов для внутреннего туризма Байкальская территория занимает лишь седьмую позицию (табл.1) [8]. Республика Бурятия является одним из семи субъектов Российской Федерации, где создана особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Байкальская гавань», и имеет выгодное транзитное положение в транспортных связях стран Европы и Азиатско-Тихоокеанского региона.

Таблица 1. Рейтинг популярности туристических регионов России, % туристов

Место в рейтинге	Регион	2011 г.	2012 г.
1	Краснодарский край	29	35
2	Карелия	13,5	12,5
3	Санкт-Петербург	14	11,7
4	Золотое Кольцо	8	8,5
5	Минводы	7	6,8
6	Алтай	6,5	5,1
7	Байкал	5	4,8
8	Урал	5,5	4,5
9	Подмосковье	3,5	3,2
10	Москва	2	2,8
11	Остальные регионы	5,5	5,1

Постановлением Правительства РБ от 02.11.2010 N 462 (ред. от 05.07.2012) была утверждена Республиканская целевая программа "Развитие внутреннего и въездного туризма в Республике Бурятия на 2011 - 2016 годы" (далее Программа РБ). В тот же день Распоряжением Правительства Иркутской области № 297-рп утверждена долгосрочная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Иркутской области (2011 - 2016 годы)» (далее Программа ИО). Конечной целью обеих программ является создание условий для развития туристско-рекреационного комплекса и его эффективного продвижения на международном и российском рынках [1,3]. Однако существует ряд

отличий в постановке задач по достижению этой цели. Кроме того, существенное отличие заключается в объемах финансирования мероприятий программ: если для Иркутской области сумма составляет 8,1 млрд. руб., то в Бурятии объем финансирования равен 22,9 млрд. руб.

Основной целью развития туризма в Республике Бурятия является формирование и повышение конкурентоспособности *кластера* «Туризм», удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах. Одной из принципиальных особенностей, отраженных в соответствующих разделах Программы является *кластерный подход* по видам туризма: лечебно-оздоровительный, культурно-познавательный, круизный, пляжный, деловой, водные и активные виды туризма, экологический, сельский[2].

Напомним, что кластер – это группа близких, географически взаимосвязанных компаний и сотрудничающих с ними организаций, совместно действующих для создания конечного потребительского продукта в определенном виде бизнеса, характеризующихся общностью направлений деятельности и дополняющих друг друга. Все элементы кластера являются самостоятельными юридическими лицами, они формально независимы и их деятельность осуществляется на основе договоров и соглашений друг с другом. Приток потенциальных элементов в кластер носит не принудительный административный, а мотивационный, стимулирующий характер. По мнению ряда исследователей, наиболее эффективным методом управления экономикой является формирование социально-экономических условий для развития кластеров, поскольку их создание позволяет повысить конкурентоспособность региона за счет синергетического эффекта[6].

В Программе Иркутской области также упомянуто применение кластерного подхода для осуществления эффективного взаимодействия между всеми заинтересованными сторонами (органы государственной власти, туристский бизнес, научные и общественные организации) на основе принципов государственно-частного партнерства.

«...Использование кластерного подхода к развитию туристского комплекса Иркутской области в условиях прогнозируемого увеличения туристского потока позволит создать наилучшие условия для развития туристской инфраструктуры и сферы сопутствующих услуг, совершенствования системы подготовки кадров, проведения взвешенной и эффективной рекламной политики и удовлетворить потребность в качественных туристских услугах...»,- говорится в Программе ИО. Однако в ней не определены инструменты (конкретные мероприятия) для реализации «кластерного подхода», не определены конкретные центры кластеризации, которые планируется создать. Т.е. «кластерный подход» в транскрипции программы не более чем декларация (спекуляция на терминах). Кроме того, основная цель Программы ИО сформулирована как «создание современного туристско-рекреационного комплекса (не кластера)», что отличает ее от Программы РБ.

Пункт о создании организационно-экономических и правовых условий для формирования кластера в Программе РБ является довольно значимым, поскольку отсутствие норм на законодательном уровне существенно осложняет процесс развития туризма в условиях применения кластерного подхода. В Программе ИО такого пункта не предусмотрено.

Оценка достижения цели Программ по годам их реализации осуществляется посредством определения степени и полноты решения поставленных задач, а также с использованием целевых индикаторов. Преимуществом Программы РБ является наличие среди индикаторов таких показателей, как количество занятых в сфере туризма и среднемесячная заработная плата, что делает ее более социально направленной по сравнению с Программой ИО (табл.2 и 3).

Недостатком обеих Программ является тот факт, что, прогнозируя результаты проведения программных мероприятий, разработчики основываются исключительно на статистических данных, которые, по личным исследованиям авторов, далеки от реальности.

Таблица 2. Нормативные индикаторы, утвержденные Программой РБ

Индикаторы	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Количество туристских прибытий, тыс.	400	470	650	1200	1500	1800
Объем платных услуг, оказанных туристам, млн.рублей	1320	1600	2000	7840	10000	13000
Численность занятых в сфере туризма, человек	5000	5500	6000	10000	13000	17000
Среднемесячная заработная плата, рублей	10300	11227	12300	13400	14600	16000
Количество мест в коллективных средствах размещения, койко-места	14000	15000	16000	20000	22000	25000

По нашим оценкам только 10% торговых точек сувенирной продукцией в п. Листвянка (Иркутская область) имеют налоговую и юридическую регистрацию, аналогично в п. Аршан (республика Бурятия) только 8-10% жителей, предоставляющие помещения для отдыха в аренду, действуют в рамках налогового законодательства. Для оценки реального положения дел и построения дальнейших прогнозов нужны более точные значения, поэтому данные в расчетах результатов Программ нельзя считать достаточно корректными.

Как было сказано выше, формирование туристических кластеров предполагает концентрацию на одной территории ключевых туристических активов, и состоят из предприятий различных секторов предпринимательской деятельности, связанных с обслуживанием туристов: туроператоров, турагентств, гостиниц, предприятий сектора общественного питания, производителей сувенирной продукции, транспортных предприятий и т.д.

Таблица 3. Нормативные индикаторы, утвержденные Программой ИО

Индикаторы	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Количество туристских прибытий, тыс.	705,7	755,1	845,7	972,6	1137,9	1365,5
Объем платных услуг коллективных средств размещения, млн.руб.	6351,3	6795,9	7611,5	8753,2	10241,2	13289,5
Объем платных туристских услуг, оказанных населению туроператорами и турагентами, млн. руб.	1260	1348	1510	1736	2032	2438
Увеличение объема инвестиции в основной капитал объектов туристской инфраструктуры, млн. руб.	973	914	1632	1218	1130	1069

В работе [5] была обоснована идея формирования Спортивно-Туристического Кластера Прибайкалья (СТКП). Создание СТКП, объединяющего в себе организации и предприятия туристического направления обоих регионов, способно повысить конкурентоспособность территории на туристическом рынке за счет синергетического эффекта, в т.ч.:

- повышения эффективности работы предприятий и организаций, входящих в кластер,
- стимулирования инноваций,
- стимулирования развития новых направлений.

Формирование такого кластера фактически определяет позиционирование территории и влияет на формирование имиджа региона.

При этом принципиально важно чтобы предприятия разных регионов: Иркутской области и республики Бурятия находились не в жесткой конкуренции, а совместно работали над предоставлением участникам рынка высококачественного конечного продукта. И с нашей точки зрения,

в этом плане целесообразна разработка *совместной межрегиональной программы формирования СТКП*.

Целью такой программы является создание условий для эффективного развития туризма в Прибайкалье и повышение конкурентоспособности и привлекательности региона на туристическом рынке путем объединения усилий соответствующих организаций Иркутской области и республики Бурятия. Поскольку рассматриваемые регионы – ближайшие соседи, обладающие значительным туристическим потенциалом, взаимопомощь и дополнение в различных сферах туристического бизнеса в рамках СТКП является значительным плюсом в развитии Прибайкалья. Немаловажную роль играет и обмен опытом: в Бурятии программа по развитию туризма реализуется более эффективно, о чем свидетельствуют высказывания туристов, предпочитающих отдыхать на восточном побережье Байкала. По данным Госдоклада Минприроды о состоянии Байкала, за 2011 года в Приангарье турпоток увеличился на 0,7 процента, или 5,4 тысячи человек, Бурятию же посетило на 50 тысяч человек больше, чем годом ранее. Разнятся и расходы регионов на строительство особых экономических зон туристско-рекреационного типа. Напомним, в Бурятии – это «Байкальская гавань» в Прибайкальском районе, в Иркутской области – «Ворота Байкала», в Слюдянском районе. В первом случае с начала строительства из федерального и местного бюджета вложено 3,2 миллиарда рублей, во втором – 132 миллиона [7].

Разработка совместных маршрутов на территории Прибайкалья и проведение совместных мероприятий по продвижению турпродукта также является существенным моментом в повышении эффективности развития туризма.

Важной задачей единой межрегиональной программы является проведение в установленном законодательством порядке работы, направленной на снижение транспортных тарифов на пассажирские перевозки авиационным, водным и железнодорожным транспортом.

В Программе ИО в рамках данного направления предлагается проведение совещаний по вопросам введения более гибкой системы

ценообразования и политики агентских продаж на авиационном и железнодорожном транспорте (более широкое применение групповых тарифов, бонусные системы, агентское комиссионное вознаграждение), разработка предложений Правительству Российской Федерации по предоставлению субсидий организациям воздушного транспорта в целях обеспечения доступности воздушных перевозок пассажиров Байкальского региона в Европейскую часть страны и в обратном направлениях и др. Данные меры могут быть применимы и на территории Бурятии, т.к. воздушный и железнодорожный транспорт и здесь является очень популярным среди туристов: через Иркутскую область, как и через республику Бурятия, проходит Транссибирская железнодорожная магистраль, являющаяся основным транспортным средством для передвижения большинства европейских туристов в Прибайкалье. Поэтому только совместные усилия в этом направлении могут дать более значимый результат.

Единая межрегиональная программа в самой полной мере может реализовать принцип комплексности, ведь туристический кластер – это сложная система взаимосвязанных элементов, только гармоничное развитие которых позволит достигнуть желаемых результатов. Комплексный подход к развитию туризма в регионе способствует повышению эффективности решения экологических проблем, в частности – сохранности озера Байкал, которое является, бесспорно, самым значимым и дорогим ресурсом рассматриваемых регионов.

Формирование СТКП способно снизить уровень неорганизованного туризма на всей территории Прибайкалья, а значит и рост антропогенной нагрузки в центральной экологической зоне Байкальской природной территории за счет организации стихийного, самодеятельного отдыха. Кроме того, в рамках кластерного подхода регионы могут организовать единую систему экологического мониторинга и совместно более эффективно решать возникающие проблемы.

Социальная направленность также должна являться одним из основных принципов единой межрегиональной программы, поскольку, в конечном

счете, результатом любой правительственной программы должна быть польза для населения. Одной из главных целей формирования СТКП должен стать рост занятых в туристической сфере и увеличение их заработной платы по мере развития туризма в регионе.

В основе формирования СТКП должна быть разработка соответствующей нормативно-правовой базы, создание современной материальной базы и инфраструктуры туризма, привлечение инвестиций, повышение разнообразия и качества туристских услуг, расширение сезонного продукта до мультисезонного, что является более предпочтительным для Прибайкалья в условиях высокой зависимости от конкретного географического рынка, сезонности, удаленности.

Финансирование мероприятий межрегиональной программы предлагается осуществлять из нескольких источников: средств Федерального бюджета, регионального и местного бюджетов и внебюджетных средств.

Средства федерального, регионального и местного бюджетов должны быть направлены на капитальное строительство и модернизацию объектов инженерной инфраструктуры, НИОКР и продвижение туристического бренда, на развитие транспортной и энергетической инфраструктуры. Реализация мероприятий программы должна предусматривать на 1 рубль бюджетных средств привлечение порядка 2-3 рубля внебюджетных инвестиций (собственные средства организаций, кредиты, средства иностранных инвесторов, заемные и прочие средства).

За счет внебюджетных средств предлагается профинансировать около 75% от общего объема инвестирования. Частные инвестиции будут привлекаться на строительство и реконструкцию гостиничных комплексов и сопутствующей инфраструктуры (предприятий питания, индустрии развлечений, объектов туристского показа и др.). Вполне эффективной и взаимовыгодной выглядит практика использования частно-государственного партнерства.

Таблица 4. Потенциальные результаты формирования СТКП

Показатели развития туризма в Прибайкалье	В 2012 году	Потенциальные результаты формирования СТКП
Количество туристов в год, тыс. чел.	1529,1	3200
Номерной фонд коллективных средств размещения, в т.ч.:	34724,6	70000
- класса люкс	6945	14000
- среднего класса	10417	21000
- эконом класса	17362,6	35000
Количество занятых в сфере туризма, чел.	24500	50000
4. Количество зарегистрированных объектов по продаже сувенирной продукции	121	2300
5. Количество объектов водного транспорта	216	500
6. Налоговые поступления в бюджеты разных уровней от туристической деятельности, млн. руб.	1882	40000 (с учетом мультипликативного эффекта)
Доля туризма в ВРП региона, %	1	3-5

Политика привлечения частных инвесторов должна строиться на механизмах снижения административных барьеров, применения системы доступного кредитования малого бизнеса, предоставления налоговых льгот и государственных гарантий предпринимателям.

Для реализации идеи формирования Спортивно Туристического Кластера Прибайкалья, с нашей точки зрения, в ближайшей перспективе необходимо выполнить следующие мероприятия (табл. 5).

По мнению авторов только реализация единой межрегиональной программы по формированию СТКП может стать действительно эффективным способом развития туристско-рекреационного комплекса в Прибайкалье, создания конкурентоспособного рынка туристских услуг, повышения уровня и качества жизни населения путем увеличения доступности туристских услуг, занятости и доходов жителей региона.

Таблица 5. Перечень мероприятий, необходимых для подготовки программы формирования СТКП

№	Наименование мероприятия	Исполнители	Сроки
1	2	3	4
1	Совещание (семинар) представителей ИО и РБ по организации работ формирования межрегиональной программы развития СТКП	Правительство ИО и РБ	Февраль-март 2014г.
2	Формирование рабочей группы по подготовке концепции и собственно проекта программы	Агентство по туризму Иркутской области, Агентство по туризму республики Бурятия	Апрель-май 2014г.
3	Разработка и утверждение концепции программы формирования СТКП	НИ ИрГТУ г. Иркутск, Восточно-Сибирский Государственного Университета Технологий и Управления г. Улан-Удэ, Агентство по туризму Иркутской области, Агентство по туризму республики Бурятия	Июнь-август 2014г.
4	Разработка проекта программы	Агентство по туризму Иркутской области, Республиканское агентство по туризму совместно с разработчиками концепции программы формирования СТКП	Сентябрь-Ноябрь 2014г.
5	Проведение межрегионального форума по обсуждению проекта программы	Агентство по туризму Иркутской области, Агентство по туризму республики Бурятия	Декабрь 2014-Январь 2015г.
6	Доработка программы по результатам обсуждения на форуме	Агентство по туризму Иркутской области, Агентство по туризму республики Бурятия	Февраль-март 2015г.
7	Подписание и утверждение программы на региональном и федеральном уровне	Правительство ИО и РБ, Правительство РФ	Апрель-май 2015г.

Список литературы:

1. Долгосрочная целевая программа Иркутской области «Развитие внутреннего и въездного туризма в Иркутской области (2011 - 2016 годы)»

2. Программа социально-экономического развития республики Бурятия на 2011 - 2015 годы
3. Республиканская целевая программа "Развитие внутреннего и въездного туризма в республике Бурятия на 2011 - 2016 годы"
4. Индустрия отдыха, выпуск №3 июль 2011 г.
5. Мамаева А.В., Семенов М.А. Спортивно-туристический кластер Прибайкалья Вестник ИрГТУ №10 2011
6. Семенов М. А., Козьмин А. П. Кластеры Иркутской области: проблемы и перспективы развития; Иркутск 2007.
7. <http://www.baikaltravel.ru/tourism/>
8. <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/account/#>
9. <http://www.vsp.ru/economic/2010/07/29/503437>

References:

1. The long-term target program of the Irkutsk region "Development of internal and entrance tourism in the Irkutsk region (2011 - 2016)"
2. The program of social and economic development of the Buryat Republic for 2011 – 2015
3. Republican target program "Development of Internal and Entrance Tourism in the Buryat Republic for 2011 - 2016"
4. Rest industry, release No. 3 July, 2011.
5. Mamayeva A.V. Semyonov M. A Sports and Tourism Cluster of the Baikal region Vestnik of ISTU No. 10 2011
6. Semyonov M. A. Kozmin A. P. Clusters of the Irkutsk region: problems and prospects of development; Irkutsk 2007.
7. <http://www.baikaltravel.ru/tourism/>
8. <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/account/#>
9. <http://www.vsp.ru/economic/2010/07/29/503437>

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ЖИЛИЩНО- КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ

НЕРОВНЯ Т.Н.¹, ОБОЙМОВА Н.Т.²

¹Россия, филиал Северо-Кавказского федерального университета в г.
Пятигорске

²Россия, Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал
ДГТУ) г. Шахты

THE MAIN DIRECTIONS OF THE ASSESSMENT OF MANAGEMENT EFFECTIVENESS OF PROVISION OF HOUSING AND COMMUNAL SERVICES TO THE POPULATION

NEROVNJA T.N.¹, OBOJMOVA N.T.²

¹RUSSIA, BRANCH NORTH-CAUCASIAN FEDERAL UNIVERSITY, PYATIGORSK

²RUSSIA, INSTITUTE OF THE SERVICE SECTOR AND ENTREPRENEURSHIP, SHAKHTY

Аннотация: В статье рассмотрены основные подходы к видам эффективности функционирования участников рынка предоставления жилищно-коммунальных услуг. Предложено понятие интегральной эффективности в сфере предоставления ЖКУ, которая должна учитывать все специфические свойства эффективности по каждому направлению оценки деятельности.

Abstract: The article describes the main approaches to the types of efficiency of functioning of the market participants of delivering housing and utility services. The concept of integral efficiency in the provision of utility services, which should take into account all the specific properties of effectiveness for each direction of activity assessment.

Ключевые слова: Эффективность функционирования, предприятия ЖКХ, экономическая, коммуникативная, энергоэффективность, интегральная эффективность.

Key words: Efficiency of functioning, housing and communal services enterprises, economic, communicative, energy efficiency, integral efficiency

Жилищная сфера в нашей стране (многоквартирные и жилые дома) – имеет самый большой потенциал в повышении эффективности функционирования с точки зрения экономической, энергосбережения и организации оказания услуг.

Эффективностью управления многоквартирные и жилые дома следует разделить на два уровня в зависимости от *правового статуса* участников процесса предоставления услуг: органы власти (федеральные, региональные, местные органы самоуправления) и непосредственно управляющие компании или ТСЖ. Под эффективностью в целом в жилищно-коммунальном хозяйстве следует понимать результативные управляющие воздействия всех участников формирования и исполнения (муниципальных задач) МЗ, обеспечивающие предоставление качественных ЖКХ и обоснованность затрат в ЖКХ.[1]

В процесс управления энергоэффективностью должен вступить и третий игрок рынка - ресурсоснабжающие организации.

В части экономической эффективности функционирования рынка ЖКУ необходимо понимать, прежде всего, экономическую эффективность тарифов для энергоснабжающих компаний и сочетание качественных характеристик предоставления услуг, т.е. удовлетворенность жителей. [2]

В процессе взаимодействия между органы власти (федеральные, региональные, местные органы самоуправления) и непосредственно управляющие компании или ТСЖ возникает понятие коммуникативной эффективности, ее можно еще назвать социальной эффективностью.

Таким образом, мы можем представить рынок жилищно- коммунальных услуг в виде сложного механизма оценки интегральной эффективности, всех участников рынка с помощью формулы.

$$\text{Эф.}^{\text{Интг}} = \text{Эф}^{\text{Эк}} + \text{Эф}^{\text{Энер}} + \text{Эф}^{\text{Ком}} + \text{Эф}^{\text{инст}}, \text{ где} \quad (1)$$

$\text{Эф.}^{\text{Интг}}$ – интегральная эффективность предоставления ЖКУ;

$\text{Эф}^{\text{Эк}}$ – экономическая эффективность функционирования всех участников рынка;

$$\text{Эф}^{\text{Эк}} = \text{Эф}^{\text{Снаб}} + \text{Эф}^{\text{ком. программ}} + \text{Эф}^{\text{ТСЖ (ЖЭК)}}, \text{ где} \quad (2)$$

$\text{Эф}^{\text{Снаб}}$ – эффективность функционирования ресурсоснабжающих организаций (безубыточное функционирование);

$\text{Эф}^{\text{ком. программ}}$ – бюджетная эффективность реализация программ во всем направлениям жилищно-коммунального хозяйства;

$\text{Эф}^{\text{ТСЖ (ЖЭК)}}$ – эффективность функционирования обслуживающих компаний (фирм) многоквартирных домов;

$\text{Эф}^{\text{Энер}}$ – эффективность энергосберегающих мероприятий проводимых как самостоятельно жителями многоквартирных домов, так и в рамках инвестиционных программ развития ресурсоснабжающих предприятий и целевых программ развития.

С точки зрения экономического эффекта, например, при обеспечении температурно-влажностного режима за счет утепления стен и роста тарифов на жилищные услуги население получает экономию средств, расходуемых на отопление. При увеличении минимального срока эффективной эксплуатации, например, труб горячего водоснабжения, происходит снижение текущих затрат на подачу горячей воды, это приводит к социальному эффекту у жителей, выражающемуся в росте

комфортности проживания за счет более регулярного и равномерного обеспечения температурного режима в квартирах.

Кроме того экономический эффект у населения появляется за счет снижения косвенных затрат, связанных с расходом дополнительной электроэнергии на обогрев квартиры.

$\text{Эф}^{\text{Ком}}$ – коммуникативная (социальная) эффективность взаимодействия всех участников рынка;

$\text{Эф}^{\text{Инст}}$ – институциональный (конкурентоспособности и конкуренция услуг) и инвестиционный регуляторы в отрасль (частные инвестиции, частно-государственное партнерство, кредитование, венчурные фонды).

Эффективность затрат в ЖКХ можно оценить на отраслевом и потребительском уровнях. На отраслевом уровне эффективность затрат ЖКХ на предоставление ЖКУ необходимо оценивать показателями развития жилищного фонда и удельными расходами материально-технических и топливно-энергетических ресурсов, направленных на развитие жилых домов.

Оценка эффективности затрат по обеспечению сохранности и развитию ЖФ должна производиться по соотношению полезного эффекта, заключающегося в экономии текущих затрат по содержанию жилого фонда и единовременных затрат, связанных со сносом и строительством новых жилых объектов. Важнейшая особенность жилищного фонда в том, что он сам является объектом потребления.

Развитие жилищного фонда отражает прогрессивные тенденции в изменении функционального назначения жилья и его комфортности [3]:

Рассмотрим данный вопрос с позиции потребностей по классификации «пирамиды Маслоу»:

1. Физиологические (органические) потребности (базовые потребности в тепле, защите от природы) – степень благоустройства минимален к данному типу мы можем отнести: жилье пригодное к проживанию с печным отоплением, водоснабжение – колодец, колонка; водоотведение нет (выгребная яма), общий уличный туалет, вывоз

мусора периодический, зачастую не предусматривается, электроснабжение с низкой уровнем защищенности от самоподключения, отсутствие приборов учета (или старого образца). Придомовая территория без содержания. В России данные дома предполагаются под снос.

2. Потребности в безопасности, требования в наличии тепла, водоснабжения централизованного по графику (без горячей воды), приготовление пищи на газе (электричестве), центральная канализация, вывоз ТБО по графику 2 раза в неделю. Дома, требующие капитального ремонта (степень износа более 65 %). Уборка подъездов и придомовых территорий производится самостоятельно, по инициативе жителей.
3. Удобство регулярное бесперебойное (центральное отопление, водоснабжение регулярное, с подкачкой воды на верхние этажи, центральная канализация, лифт, регулярный вывоз ТБО, централизованная уборка дворовой территории, ежегодный текущий ремонт);
4. Удобство и комфортность (автономное отопление, дополнительные услуги ЖКХ, высокая степень благоустройства придомовой территории)
5. Элитное жилье (престижность) предполагает не только обеспечение перечнем 4 уровня, но и дополнительно - автостоянкой (гараж), экологичностью жилья, использованием при обслуживании энергосберегающих технологий.

На уровне потребителя оценка эффективности затрат на оказание ЖКУ должна оцениваться соотношением полученного экономического или социального эффекта при изменении проектных параметров стандартов качества ЖКУ и величиной изменения тарифов за более качественную услугу.

Необходимо продолжить дальнейшую разработку экономических механизмов и инструментов использования современных методов и инструментов управления качеством ЖКУ, которые позволят управляющим организациям системы ЖКХ осуществлять более

эффективное управление многоквартирными домами, для чего должна быть разработана методика проведения мониторинга качества ЖКУ для населения, позволяющая формализовать задачу оценивания качества ЖКУ.

Органы местного самоуправления в системе рыночных отношений должны контролировать и своевременно ориентироваться на потребителя (население) например проведение рейтинговой оценки.

Для повышение, коммуникационной эффективности, в рамках реализации жилищно-коммунальной реформы важным звеном является качественное изменение информационной политики муниципальных органов управления в направлении максимальной открытости (публичности) всех действий властей по реализации конкретных мероприятий жилищно-коммунальной реформы.

Список литературы:

1. Савин К.Н. Экономический анализ качества услуг жилищно-коммунального хозяйства: Монография. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. 192 с.
2. Неровня Т.Н., Обоймова Н.Т. Проблемы и основные факторы, влияющие на формирование региональной тарифной политики в области жилищно-коммунального хозяйства (на примере Ростовской области)// Вестник Иркутского государственного технического университета. 2012. Т. 64. № 5. С. 229-236.
3. Неровня Т.Н., Обоймова Н.Т. Комфортность жилья как элемент конкурентной среды регионального рынка услуг ЖКХ // Научное обозрение. 2013. № 3. С. 241-245.
4. Обоймова Н.Т. Услужовый аспект внедрения инновационных технологий в ЖКХ// Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2012. № 21. С. 113-117.

References:

1. Savin K.N. Economic analysis of the quality of services of housing and communal services: Monograph. Tambov: Izd-vo Tamb. state technical. University, 2004. 192 С.
2. Nerovnja T.N., Obojmova N. T. Problem and the main factors influencing formation of the regional tariff policy in the housing and communal services (for example, the Rostov region)//Vestnik of the Irkutsk state technical University. 2012. The so-64. № 5. С. 229-236.

3. Nerovnja T.N., Obojmova N. T. Usability of housing as an element of the competitive environment of the regional market of housing and communal services // The Scientific review. 2013. № 3. С. 241-245.
4. Oboimova N.T. Aspect of service implementation of the innovative technologies in housing and communal spheres.// The Bulletin of Volga state University of service. Series: Economics. 2012. No. 21. С. 113-117.

РОЛЬ УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ НА МАЛОМ ПРЕДПРИЯТИИ

ПРОХОРОВА Н.А., СОКОЛОВА И.А.

Россия, Поволжский государственный университет сервиса

ACCOUNTING AND ANALYTICAL SYSTEM IN SMALL ENTERPRISE

PROKHOROVA N. A., SOKOLOVA I. A.

RUSSIA, VOLGA REGION STATE UNIVERSITY OF SERVICE

Аннотация: Информация является основой при принятии управленческого решения. Информационное обеспечение управления малым предприятием в большей степени зависит от учетно-аналитической системы. Обосновывается применение функций управления как учет, анализ и внутренний контроль.

Abstract. Information is a basis of the administrative decision. Information support of management in small enterprise depends on accounting and analytical system. Application of functions of management as the accounting, the analysis and internal control.

Ключевые слова: учетно-аналитическая система, система внутреннего контроля.

Keywords: account-analytical system, system of internal control.

В условия рыночной экономики и усиления конкуренции среди себе равных меняются принципы и методы хозяйствования малых предприятий различных сфер деятельности. Тем самым появляются новые требования к управлению малыми предприятиями, ориентированные на обеспечение их безубыточности и рентабельности, что приведет не только к

повышению эффективности функционирования самого предприятия, но и на дальнейшее развитие сферы малого бизнеса в целом. Роль и значение малого бизнеса для экономики велико: это и занятость и самозанятость, заполнение ниш и сфер деятельности, которые не привлекательны для среднего и крупного бизнеса, это развитие сферы сервиса, насыщением рынка товарами как повседневного, так и индивидуального спроса, освоение новых видов деятельности, в том числе с рисковой основой.

Можно выделить следующие этапы управления малым бизнесом: постановка цели, планирование, выбор действия, реализация решения, анализ результатов и итоговый контроль. Для осуществления каждого этапа требуется эффективно функционирующая система информационного обеспечения. Именно информация является базой каждого действия. Информационное обеспечение управления предприятием зависит в первую очередь от учетно-аналитической системы, в которой можно выделить три взаимосвязанных внутренних блока: учет, анализ и контроль.

Блок учета включает в себя три подсистемы: бухгалтерский (финансовый) учет, управленческий учет, налоговый учет.

В соответствии со статьей 1 Федерального закона «О бухгалтерском учете» №402-ФЗ «Бухгалтерский учет - формирование документированной систематизированной информации об объектах... в соответствии с требованиями... и составление на ее основе бухгалтерской (финансовой) отчетности». Таким образом, бухгалтерский учёт является основной функцией управления, так как информационная система бухгалтерского учёта предоставляет внешним и внутренним пользователям информации полную картину о финансово-хозяйственной деятельности организации. Информация, формируемая в бухгалтерском учете, содержит сведения, необходимые для реализации основных функций управления: планирования (прогнозирования), контроля и анализа (оценки). Понятие управленческого учета раскрывается в различных источниках. Тем не менее, в официальных документах отсутствует, как и порядок его организации и ведения. Налоговый учет регулируется положениями

Налогового Кодекса РФ. При этом, в соответствии со статьей 6 Федерального закона «О бухгалтерском учете» №402-ФЗ [3] для субъектов малого предпринимательства предусмотрен упрощенный порядок ведения бухгалтерского учета.

Учет на малых предприятиях отличается от организации учета в других сферах деятельности. Это, прежде всего, обусловлено спецификой деятельности малого предприятия, видами и количеством хозяйственных процессов. Реформирование системы бухгалтерского учета в РФ привело к тому, что в системе управления из бухгалтерского (финансового) учета выделился управленческий учет, а затем и налоговый учет. Это явилось следствием повышения роли учетной информации, совершенствования методов обработки и использования данных учетных данных целей управления.

Налоговый учет на предприятии сферы сервиса может вестись как по общей системе налогообложения, так и по специальным режимам налогообложения. При применении общего режима налогообложения обложение производится всей совокупностью налогов и сборов, предусмотренных НК РФ. При этом не применяются специальные льготы или особый порядок исчисления и уплаты налогов. При применении специальных налоговых режимов исчисление и уплата налогов отлична, и применяется по нормам и правилам, установленным соответствующими главами Налогового Кодекса РФ [1].

Анализ является основной функцией управления, поскольку включает оценку внутренних и внешних факторов создавшейся ситуации, общих тенденций развития экономических процессов, возможных резервов повышения эффективности производства; предусматривает оценку степени напряженности и выполнения плана по всем видам показателей, изучение хода оперативного выполнения плана, возмущающих причин, путей их устранения.

В соответствии со статьей 19 Федерального закона «О бухгалтерском учете» №402-ФЗ [3] организация обязана осуществлять внутренний контроль хозяйственных операций. Понятие внутреннего контроля

раскрыто в документе ПЗ-11/2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности».

Без контроля, то есть средства обратной связи, замыкающей систему управления предприятия в кольцо, невозможно длительное его функционирование.[5]

Выявив зависимость между внутренними блоками учетно-аналитической системы, можно увидеть зависимость изменения представляемой информации.

Информация, формируемая в бухгалтерском учете, предназначена как для внешних пользователей, так и для внутренних. Внешних пользователей интересует информация о финансовом положении, финансовых результатах деятельности и изменениях в финансовом положении организации при принятии решений. Внутренних пользователей интересует информация, которая будет полезной руководству для принятия управленческих решений.

Внедрение на предприятие управленческого учета позволит предоставлять руководству и собственникам предприятия полного комплекса фактических плановых прогнозных данных, которые обеспечивают функционирование предприятия как экономической и производственной единицы с целью обеспечения возможности принимать экономически взвешенные управленческие решения.

Налоговый учет формирует полную и достоверную информацию о порядке учета для целей налогообложения хозяйственных операций, осуществленных организацией в течение отчетного (налогового) периода, а также обеспечивает информацией внутренних и внешних пользователей для контроля за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью исчисления и уплаты в бюджет налога [1].

Информация, формируемая в учетных системах, является основой для построения отчетных данных предприятия. При этом общей тенденцией в

современных условиях развития экономики является повышение роли подготовки отчетности для целей принятия эффективных управленческих решений.

Малые предприятия имеют специфические особенности формирования и представления отчетности как в зависимости от применяемых форм и систем налогообложения, так и от целей, поставленными субъектами управления. Такие предприятия составляют следующие виды отчетности: бухгалтерскую (финансовую) отчетность; статистическую отчетность; налоговую отчетность; управленческую отчетность [4].

Бухгалтерская (финансовая) отчетность является информационной базой для выработки тактики и стратегии финансового развития хозяйствующего субъекта.

По данным статистической отчетности можно: изучить состояние и развитие финансовой деятельности предприятий; провести анализ доходов и расходов, уровня и динамики прибыли, рентабельности, оборачиваемости оборотных активов; дать оценку финансовой устойчивости и платежеспособности предприятий и так далее

Налоговая отчетность содержит сведения об исчисленных и уплаченных налогах. Цель налоговой отчетности заключается в удовлетворении информационных потребностей пользователей в информации о величине налоговых обязательства налогоплательщика и их обоснованности. Информация, раскрываемая в налоговой отчетности, является открытой для фискальных органов, для остальных пользователей – коммерческая тайна. Формирование налоговой отчетности зависит от применяемой системы налогообложения предприятием.

Информация, раскрываемая в управленческой отчетности, характеризует имущественное и финансовое положение организации, а также результаты хозяйственной деятельности предприятия. Формирование управленческой отчетности позволяет удовлетворить информационные потребности управления, обобщить информацию о финансовом состоянии в форме, удобной для принятия управленческих решений.

Для малых предприятий рекомендуется представить управленческую отчетность в виде следующих блоков: результаты финансово-хозяйственной деятельности; доходность и прибыль; объемы продаж по разным видам продукции, работ, услуг; ожидаемые поступления денежных средств; характер конкуренции на рынке; анализ финансового состояния; платежеспособность в краткосрочной и долгосрочной перспективе; анализ источников финансирования и так далее.

Посредством анализа отчетности предприятия субъекты управления получают информацию, необходимую для грамотного и эффективного управления деятельностью предприятий. Анализ отчетности предприятия позволит дать наиболее точную картину финансового состояния и финансовых результатов деятельности предприятия.

Субъектам малого бизнеса деятельности в силу небольших объемов операций и не столь высоких рисков рекомендовано проводить анализ отчетности именно в направлении анализа доходов и расходов посредством применения таких методов анализа как вертикальный и горизонтальный анализ.

Список литературы:

1. Российская Федерация. Законы. Налоговый Кодекс РФ. Часть вторая [Электронный ресурс] : федер. закон № 117-ФЗ : принят ГД ФС РФ 19.07.2000 (в редакции от 28.12.2013) // КонсультантПлюс
2. Российская Федерация. Законы. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон № 209-ФЗ от 24.07.2007 (в ред. от 28.12.2013) // КонсультантПлюс
3. Российская Федерация. Законы. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс] : федер. закон № 402-ФЗ от 06.12.2011 (в ред. от 28.12.2013) // КонсультантПлюс
4. Прохорова, Н.А. Внутренняя бухгалтерская отчетность как информационная база управленческого анализа [Текст]/ Соколова И.А., Прохорова Н.А. //Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2012. № 23. С. 168-172.
5. Прохорова, Н.А. Понятие и значение внутреннего контроля в современных условиях [Текст] / Прохорова Н.А., Ланцова О.Г. //Наука - промышленности и сервису. 2011. № 6-1. С. 164-170.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ И НАЕМНЫЙ РАБОТНИК: СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ОТНОШЕНИЙ НАЙМА

СМИРНОВА О.А.

РОССИЯ, ВОЕННО-ВОЗДУШНАЯ АКАДЕМИЯ ИМЕНИ ПРОФЕССОРА Н. Е. ЖУКОВСКОГО
И Ю. А. ГАГАРИНА

BUSINESSMAN AND HIRED WORKER: MODERN APPROACHES TO THE ANALYSIS OF THE RELATIONS OF HIRING

SMIRNOVA O. A.

RUSSIA, MILITARY AND AIR ACADEMY OF A NAME OF PROFESSOR N. E. ZHUKOVSKOGO
AND YU. A. GAGARIN

Аннотация: Дается анализ современных взглядов на отношения купли-продажи рабочей силы между предпринимателем и наемным работником

Abstract: It is given analiz sovremenny views of the relations of purchase and sale of labor between the businessman and the hired worker

Ключевые слова: предприниматель, наемный работник, рабочая сила, способность к труду, процесс труда, продукт труда.

Keywords: businessman, hired worker, labor, ability to work, work process, work product

В современной отечественной и западной экономической науке ряд ученых пытаются по-новому осмыслить отношения, которые складываются между предпринимателем и наемным работником на рынке рабочей силы. Многие из них разделяют взгляды К.Маркса на рабочую силу как «... совокупность физических и духовных способностей, которыми обладает организм, живая личность человека, и которые пускаются им в ход всякий раз, когда он производит какие-либо потребительские стоимости» [1].

Рабочая сила неотделима от понятия процесса труда, т.к. она предназначена для его осуществления и проявляется в процессе него, а его итогом является созданный продукт, который затем присваивается предпринимателем. Следует также не забывать, что труд в условиях товарного производства имеет двойственный характер, т.е. делится на конкретный и абстрактный труд. Первый из них создает потребительную стоимость (полезность вещи, способную удовлетворять ту или иную потребность) и стоимость (отношение между наемным работником и предпринимателем).

Потребительной стоимостью товара рабочая сила является способность создавать прибавочную стоимость, а ее стоимость определяется как сумма стоимостей жизненных средств, необходимых для воспроизводства его рабочей силы. Особенностью товара рабочая сила как раз и является то, что для самого человека его способность к труду становится товаром: «...рабочая сила для самого рабочего принимает форму принадлежащего ему товара, а потому этот труд принимает форму наемного труда ...» [2]. Поэтому на рынке труда присутствует два контрагента: продавец – наемный работник, продающий свою способность к труду, и покупатель – предприниматель, который ее покупает. Особенностью сделки является то, что эта способность рабочей силы продается не навсегда, а только на время. Это условие становится фундаментальным и определяющим в отношении ее купли-продажи. На это условие обращают многие исследователи, так, Гапонова С.Н. пишет: «...рабочая сила, как некий товар, который может быть продан на время, а за это получено вознаграждение, позволяющее человеку жить, восстанавливать свои умственные и физические способности» [3].

Категория «рабочая сила» является исторической. Это значит, что она появилась на определенном этапе исторического развития экономических отношений. Человек изначально отличался от всех существующих живых существ на Земле тем, что был способен создавать своим трудом некий продукт, пусть даже самый примитивный – каменный топор или копье. Создавая их, он уже использовал свои умственные и физические способности, однако они не были рабочей силой, поскольку имел место коллективный труд и не было деления общества на тех, кто продает и кто покупает способность к труду. При рабовладении продавалась не способность к труду, а сам человек, как ее носитель, а ее использование основывалось на принуждении, раб расценивался античными исследователями экономических отношений как говорящий скот [4]. При феодализме крестьяне находились в личной зависимости от феодала, а потому изначально не могли продать ему свою рабочую силу. Только при капитализме, когда появилась юридическая свобода и свобода от средств производства, у человека возникает возможность и потребность продавать свою способность к труду, которая в этих условиях превращается в товар «рабочая сила». Исчезновение этих предпосылок будет означать исчезновение этого специфического товара, а останется изначальная его способность к труду. Здесь складывается ситуация аналогичная появлению товара. Так, в процессе труда создается продукт труда, если он не подлежит обмену (купле-продаже), то он таковым и остается, если же он участвует в процессе обмена, то становится товаром. Например, женщина испекла пирожки, которые были съедены ее детьми, эти пирожки остались продуктом ее труда, т.к. были потреблены без вступления в отношения обмена. Если же она их продала, то они превратились в товар, т.к. до отношений потребления они участвовали в отношении обмена. Следовательно, для оценки сути и содержания той или иной экономической категории важно в рамках каких отношений она рассматривается.

Существуют и другие взгляды на рабочую силу. Рассмотрим один из них. Так, Корогодин И.Т. пишет: «... рабочая сила не может быть товаром, объектом купли-продажи прежде всего по своей природе возникновения

и функционирования. Она есть природное образование самого человека и неотделима от его организма. Выражая совокупность умственных и физических способностей человека к труду, рабочая сила, представленная в виде мозга, мышц, нервов и т.д. присутствует в каждом человеческом организме и может функционировать только вместе с работой этого органа. Если отдельный орган, например, почка, может быть отделена от человека и продана другому человеку как товар, то с рабочей силой такой операции проделать уже нельзя. Поскольку рабочая сила неотделима от человеческого организма, то ее продать можно лишь вместе с человеком. В таком случае в товар превращается сам человек с его способностями к труду, что и происходило при античном способе производства» [5].

Думается, что данное суждение строится на подмене понимания человека как носителя способностей рассмотрением его как органической целостности и неделимости. Эта подмена позволяет анализировать человека не как часть производительных сил, а как единство его внутренних органов. Смена акцентов в исследовании и деление обобщающей категории на ее составляющие известны со времен критики К. Марксом догмы Адама Смита, суть которой состояла в том, что в его учении отсутствовало понятие основного капитала. Последний считал, что стоимость создается только живым трудом, наличие овеществленного труда, т.е. основного капитала – отрицалось. Причиной этого отрицания стало то, что в соответствии с учением А. Смита цена годового продукта включает заработную плату и прибыль, а стоимость использованных средств производства, выступающих в стоимостном выражении, включается в стоимость каждой созданной единицы товара. Другими словами, стоимость примененных средств производства (овеществленный труд) А. Смит распределял по выше обозначенным доходам, что, в конечном счете, привело к потере категории. Аналогичный подход наблюдается и в выше приведенном рассуждении.

Вслед за К.Марксом следует заметить, что способность к труду превращается в рабочую силу только в процессе самого труда. К. Маркс по этому поводу писал: «Способность к труду, - пишет К.Маркс, – еще не означает труд, подобно тому как способность переваривать пищу вовсе не

совпадает с фактическим перевариванием пищи»[6]. Это означает, что рабочая сила как таковая существует и реализуется только в процессе труда, а до него она существует как способность, т.е. потенциально.

Кроме того, рабочая сила потому является товаром особого рода еще и потому, что способность к труду не продается как любой другой товар, а отчуждается. Это означает, что реально продается право на пользование результатами труда, которые были получены в ходе эксплуатации рабочей силы. Именно результаты труда и возможность пользования и распоряжения ими является главным интересом и целью предпринимателя, а сами способности работника как таковые, которые, и здесь прав Корогодина И.Т., не могут быть отделены от его носителя.

Проведенное исследование показало, что и на современном этапе остается актуальным исследование фундаментальных категорий экономической теории капитализма.

Список литературы:

1. Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 23, с.178.
2. Там же, с.181 (примечание 4).
3. Гапонова, С.Н., Гостилович, Т.А. Социально-экономическая система: методология исследования, анализ особенностей и диалектика развития / С.Н. Гапонова, Т.А. Гостилович; под редакцией С.Н. Гапоновой. – Воронеж, ООО «ВЦНТИ», 2011. – с. 40.
4. Сергеенок М.И. Марк Теренций Варрон «Сельское хозяйство» // <http://simposium.ru/ru/book/export/html/9482>
5. Корогодина И.Т. Качественный и производительный труд как важный потенциал конкурентоспособности. М.: РУДН, 2013, с. 146-147.
6. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. т.23. с.184.

References:

1. Marx K. Engels F. Soch. t. 23, page 178.
2. In the same place, page 181 (note 4).
3. Gaponov, S.N., Gostilovich, T.A. Sotsialno-ekonomicheskaya system: research methodology, analysis of features and dialectician of development / Page N. Gaponov, T.A. Gostilovich; under S. N. Gaponova's edition. – Voronezh, JSC VTsNTI, 2011. – page 40.

4. Sergeenok M. I. Mark Terentsy Varron
"Agriculture"/><http://simposium.ru/ru/book/export/html/9482>
5. Korogodin I.T. High-quality and productive work as important potential of competitiveness. M: RUDN, 2013, page 146-147.
6. Marx K. Engels F. Soch. т.23. page 184.

ПРИМЕНЕНИЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРОДУКТА ДЛЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА

ШУВАЛОВА А.О.

Россия, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова

THE PRODUCT LIFE CYCLE APPLICATION FOR PRODUCTION PLANNING

SHUVALOVA A.O.

RUSSIA, PLEKHANOV RUSSIAN UNIVERSITY OF ECONOMICS

Аннотация: В статье на основе отечественного и зарубежного опыта планирования и организации производственного процесса разрабатывается метод планирования производственного процесса на основе жизненного цикла продукта. Он позволяет предприятиям в современных рыночных условиях прогнозировать объем производства в зависимости от спроса и на основе жизненного цикла продукта и соответственно рассчитывать необходимое количество рабочих и оборудования исходя из заданного темпа производства.

Ключевые слова: жизненный цикл продукта, прогнозирование спроса, темп производства.

Abstract: On the basis of the home and foreign methods of planning and engineering the operating process, planning of the operating process are worked out in this article. This method gives the opportunity to forecast the business capacity rely on the demand and in terms of the life cycle of the product. The necessary quantity of the workers and equipment could be calculated based on the prescribed production rate.

Keywords: life cycle of the product, forecast of the demand, production rate.

Современные предприятия существуют в условиях постоянной динамики внешней среды: меняющиеся рыночные условия, высокая конкуренция, изменения в предпочтениях покупателей, высокие требования потребителей к скорости производства, качеству продуктов, сервису – все это требует быстрой адаптации предприятия к внешним условиям. В этой связи предприятию необходимо применение таких методов планирования и организации производственного процесса, которые позволили ему выстроить производственный процесс с учетом его максимальной эффективности.

В настоящее время в условиях рыночной экономики сущность планирования и организации производства заключается именно в научном обосновании на предприятиях предстоящих экономических целей их развития и форм хозяйственной деятельности, определение наилучшего способа осуществления этой деятельности, путем наиболее полного выявления требуемых рынком видов, объемов и сроков выпуска товаров.

В процессе анализа отечественных и зарубежных методов планирования и организации производственного процесса был выделен ряд узких мест. К таким узким местам относятся отсутствие планирования объемов производства в зависимости от спроса в отечественной литературе¹⁵. В зарубежной литературе¹⁶, применение методов совокупного планирования¹⁷ на основе месячного или минимального спроса, что подразумевает перенастройку производственного процесса ежемесячно. Предприятие не может себе позволить перестраивать ежемесячно все производство, в связи с большими затратами и трудностью организации

15 Новицкий Н.И. Организация, планирование и управление производством. Практикум. – 2-е издание – М.: «Кнорус», 2008. – 320 с.

16 Ричард Б. Чейз, Николас Дж. Эквилайн, Роберт Ф. Якобс. Производственный и операционный менеджмент, 8-е издание. М.: Издательский дом «Вильямс», 2001.-704 с.

17 Ричард Б. Чейз, Николас Дж. Эквилайн, Роберт Ф. Якобс. Производственный и операционный менеджмент, 8-е издание. М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. 607-612 с.

подобного процесса в короткие сроки. Простой оборудования и рабочих эквивалентны потере прибыли предприятия. Поэтому целесообразно применение методов совокупного планирования на основе суммарного спроса по всему рассматриваемому периоду¹⁸ как для продуктов с длительным жизненным циклом, так и для продуктов с коротким циклом жизни. Кроме того, в тех и других источниках управление мощностями предприятия идет отдельными главами планирования и организации производственного процесса^{19,20}. С точки зрения современной организации труда машиноёмкость занимает все большее место. Автоматизация производства приводит к меньшей зависимости от человеческого фактора и скорости выполнения поставленных задач по производству продукта. В разработанном методе расчет рабочих мест строится с учетом и трудоёмкости рабочих, и машиноёмкости оборудования. В настоящее время в условиях рыночной экономики сущность планирования и организации производства заключается именно в научном обосновании на предприятиях предстоящих экономических целей их развития и форм хозяйственной деятельности, определение наилучшего способа осуществления этой деятельности, путем наиболее полного выявления требуемых рынком видов, объемов и сроков выпуска товаров.

Прогнозирование спроса с учетом тренда на основе жизненного цикла продукта.

Применение метода планирования и организации производственного процесса на основе жизненного цикла продукта опирается на следующий алгоритм (Рисунок 3). Данный алгоритм отражает последовательность

18 Ричард Б. Чейз, Николас Дж. Эквилайн, Роберт Ф. Якобс. Производственный и операционный менеджмент, 8-е издание. М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. 607 с.

19 Ричард Б. Чейз, Николас Дж. Эквилайн, Роберт Ф. Якобс. Производственный и операционный менеджмент, 8-е издание. М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. 292 с.

20 Скляренко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия: Конспект лекций. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 104-105 с. – (Серия «Высшее образование»).

действий по планированию и организации производственного процесса. Применение этого метода обоснуем на конкретном примере.

Имеются следующие данные о фактическом и прогнозируемом спросе предприятия по производству продукта N за 1,5 года:

Таблица 1

п/п	Период	Спрос, шт. (фактический)	Спрос, шт. (прогноз)
1	январь.13	2965	2365
2	февраль.13	4244	3637
3	март.13	5484	4910
4	апрель.13	6160	5779
5	май.13	6995	6624
6	июнь.13	7840	7469
7	июль.13	8110	7913
8	август.13	8630	8337
9	сентябрь.13	8795	8772
10	октябрь.13	8790	8775
11	ноябрь.13	8800	8777
12	декабрь.13	8525	8780
13	январь.14	8150	8349
14	февраль.14	7950	7925
15	март.14	7490	7528

Тренд 1 квартала = 600, $\alpha = 0,1$, $\delta = 0,2$. Применим метод прогнозирования спроса – экспоненциальное сглаживание²¹. Этот метод позволит нам учесть ошибку прогнозирования, вводя константу сглаживания тренда δ . Ошибка заключается в разности между показателями прогнозируемого спроса и фактического. Тогда прогноз на следующий период будет рассчитан следующим образом: $C_{пр}^T = C_{пр} + T_{пр} = 3025 + 612 = 3637$;

где:

$$C_{пр-1}^T = C_{пр-1} + T_{пр-1} = 2365 + 600 = 2965 \text{ шт. (прогноз предыдущего периода),}$$

$$C_{пр} = C_{пр-1}^T + \alpha(C_{ф-1} - C_{пр-1}^T) = 2965 + 0,1 \cdot (2965 - 2365) = 3025 \text{ шт.}$$

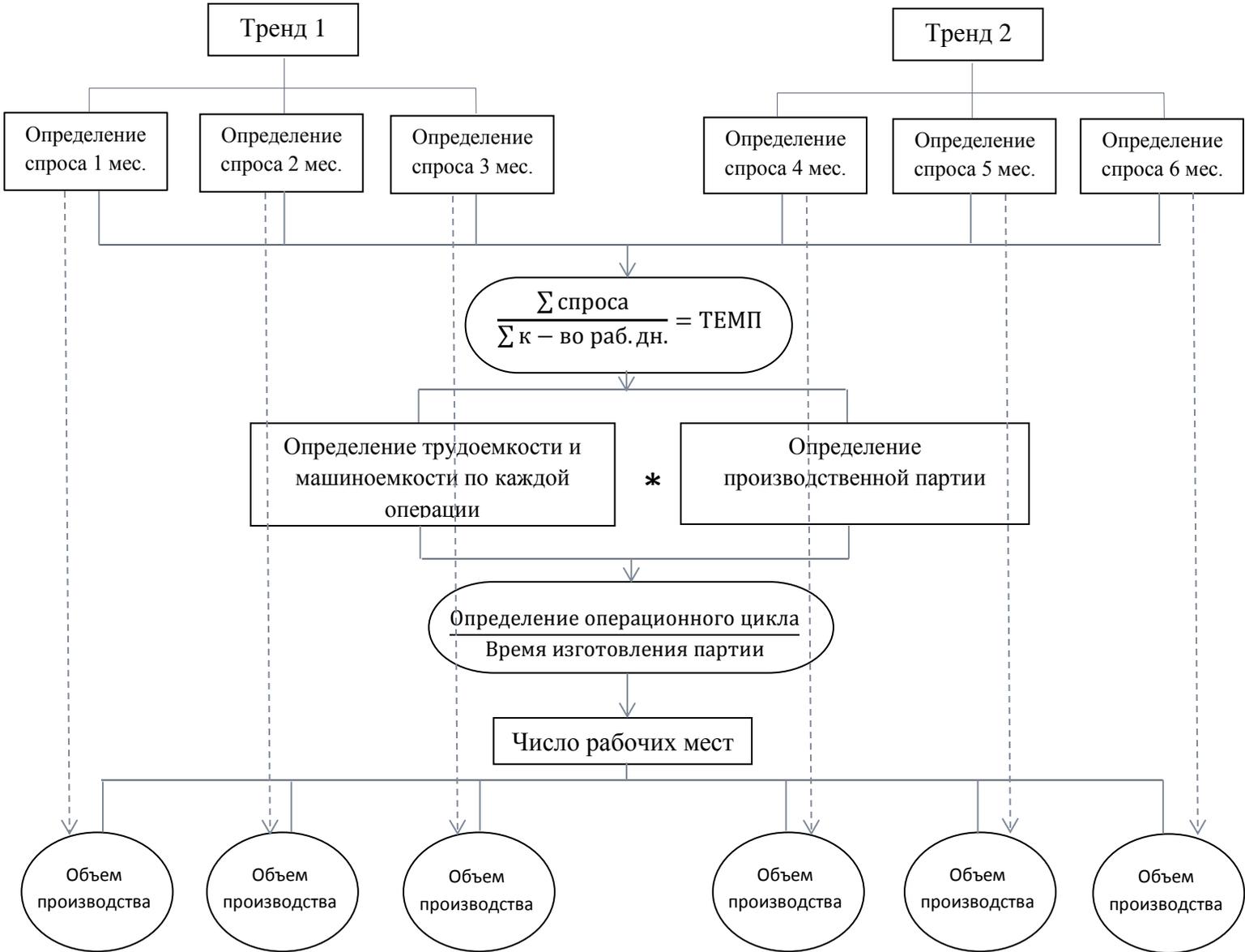
$$T_{пр} = T_{пр-1} + \alpha \cdot \delta(C_{ф-1} - C_{пр-1}^T) = 600 + 0,1 \cdot 0,2 \cdot (2965 - 2365) = 612 \text{ шт.}$$

$C_{пр}^T - T_{пр}$ – экспоненциально сглаженный тренд спроса на прогнозируемый период.

21 Ричард Б. Чейз, Николас Дж. Эквилайн, Роберт Ф. Якобс. Производственный и операционный менеджмент, 8-е издание. М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. 553-556 с.

Рисунок 3

Алгоритм планирования и организации производственного процесса



Данные по остальным месяцам рассчитаны аналогичным способом и записаны в таблице ниже:

Таблица 2 - Расчетные данные

C_{np-1}^T	2965	4237	5310	6179	7024	7669	8113	8537	8772	8775	8777	8580	8149	7725
C_{np}	3025	4298	5367	6217	7062	7706	8133	8566	8774	8776	8779	8554	8129	7728
T_{np}	612	612	411	408	407	207	204	206	0	0	0	-205	-204	-200
C_{np}^T	3637	4910	5779	6624	7469	7913	8337	8772	8775	8777	8780	8349	7925	7528
T_{np-1}	600		400			200			0			-200		

Как видно из

Таблица 2 продукт полностью проходит за исследуемые 1,5 года свой

C_{np-1}^T	2965	4237	5310	6179	7024	7669	8113	8537	8772	8775	8777	8580	8149	7725
C_{np}	3025	4298	5367	6217	7062	7706	8133	8566	8774	8776	8779	8554	8129	7728
T_{np}	612	612	411	408	407	207	204	206	0	0	0	-205	-204	-200
C_{np}^T	3637	4910	5779	6624	7469	7913	8337	8772	8775	8777	8780	8349	7925	7528
T_{np-1}	600		400			200			0			-200		

жизненный цикл, начиная со стадии роста и заканчивая стадией спада.

По данным

Таблица 2, первая стадия жизненного цикла продукта N – рост. Можно

C_{np-1}^T	2965	4237	5310	6179	7024	7669	8113	8537	8772	8775	8777	8580	8149	7725
C_{np}	3025	4298	5367	6217	7062	7706	8133	8566	8774	8776	8779	8554	8129	7728
T_{np}	612	612	411	408	407	207	204	206	0	0	0	-205	-204	-200
C_{np}^T	3637	4910	5779	6624	7469	7913	8337	8772	8775	8777	8780	8349	7925	7528
T_{np-1}	600		400			200			0			-200		

выделить три этапа в стадии роста. Первый этап – сильный рост. В этой

зоне, соответствующей самому высокому значению тренда = 600, динамика изменения спроса очень высока. На Рисунок 4 в полной мере отражено, что на этой стадии жизненного цикла тренд наиболее высок, по сравнению с другими стадиями жизни продукта. Это дельта на Рисунок 4 показана зеленой прерывистой линией под номером 1. Далее, с применением различных методов стимуляции, спрос продолжает расти. Продукт приобретает все большую популярность и завоевывает доверие потребителей. Но при этом изменение спроса снижается. Это второй этап стадии роста - средний рост. В таблице эта стадия роста, но с меньшей динамикой изменения, соответствует тренду = 400. Дельта показана под номером 2.

И третьим этапом стадии роста является слабый рост. Динамика изменения спроса снижается все сильнее. Она соответствует тренду = 200. На Рисунок 4 дельта показана под номером 3.

Следующей стадией жизненного цикла продукта N является стадия зрелости. С увеличением продаж, продукт захватывает все большую долю рынка и получает определенную стабильность. В этой стадии динамика изменения замедляется. Она соответствует тренду = 0.

Последней стадией жизненного цикла продукта N – стадия спада. С усилением конкуренции, появлением новых технологий и качества, продукт теряет свои конкурентные свойства, устаревая, он входит в стадию спада. На этой стадии тренд = -200. Изменение в спросе носит отрицательный характер. Спрос начинает свое падение. Дельта изменения спроса показана на Рисунок 4 под номером 4. На этом этапе предприятие, как правило, принимает решение о снятии продукта с продажи.

На основе полученных данных (

$S_{\text{пр-1}}^T$	2965	4237	5310	6179	7024	7669	8113	8537	8772	8775	8777	8580	8149	7725
$S_{\text{пр}}$	3025	4298	5367	6217	7062	7706	8133	8566	8774	8776	8779	8554	8129	7728
$T_{\text{пр}}$	612	612	411	408	407	207	204	206	0	0	0	-205	-204	-200

С _{пр} ^T	3637	4910	5779	6624	7469	7913	8337	8772	8775	8777	8780	8349	7925	7528
T _{пр-1}	600	400	200	0	-200									

Таблица 2) вычислим необходимый темп производства, в котором на протяжении всего периода жизненного цикла продукта будет работать предприятие. Он равен отношению суммарного спроса за 14 месяцев к суммарному числу рабочих дней за этот период (14 месяцев):

$$\frac{\Sigma \text{спроса}}{\Sigma \text{время}} = \text{ТЕМП производства} = \frac{103575}{286} = 362 \text{ шт./дн}$$

На этапе нахождения темпа производства завершается прогнозирование спроса с учетом тренда на основе жизненного цикла продукта.

Информация о прогнозируемом спросе с учетом тренда на основе жизненного цикла продукта показана на Рисунк 4:

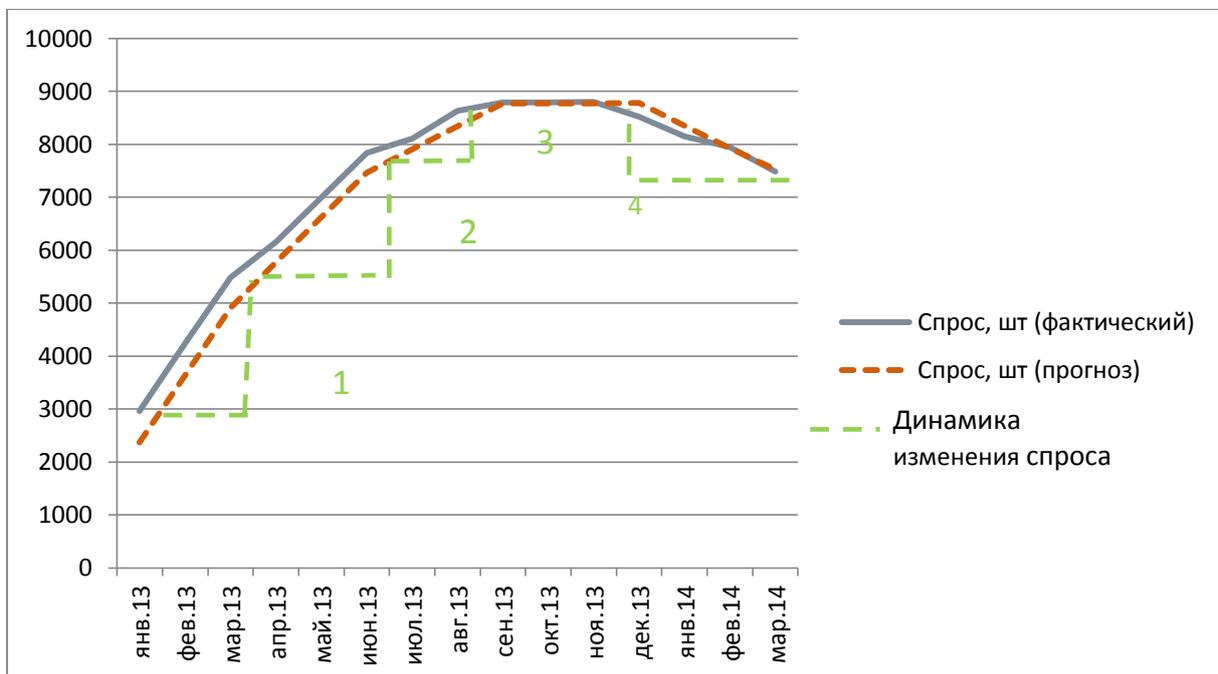


Рисунок 4 - Жизненный цикл продукта N

Заключение

В ходе проведенного анализа использование жизненного цикла продукта позволяет глубже рассмотреть вопрос изменения спроса и провести более точный его прогноз. Более того проведенный анализ позволяет придать

характеру жизненного цикла продукта аналитическую трактовку, давая возможность в каждом конкретном случае вычислить конкретные величины.

Список литературы:

1. Новицкий Н.И. Организация, планирование и управление производством. Практикум. – 2-е издание – М.: «Кнорус», 2008. – 320 с.
2. Новицкий Н.И. Организация производства на предприятиях. Учебно-методическое пособие - М.: Финансы и статистика, 2002г. - 392 с.
3. Ричард Б. Чейз, Николас Дж. Эквилайн, Роберт Ф. Якобс. Производственный и операционный менеджмент, 8-е издание. М.: Издательский дом «Вильямс», 2001.-704 с.
4. Скляренко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия: Конспект лекций. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 208 с. – (Серия «Высшее образование»).

References:

1. Novitsky N.I. Organization, planning and management of the production. Practicum. – 2-nd edition – M.: «Knorus», 2008. – 320p.
2. Novitsky N.I. Production management. Practicum. Guidance manual – M.: «Finance and statistics», 2002. – 392p.
3. Richard B. Chase, Nicholas J. Aquilano, F. Robert Jacobs. Production and operations management, 8 edition. Publishing house «Williams», 2001.-701p.
4. Sklyrenko V.K., Proudnikov V.M. Enterprise economics: Lecture summary. – M.: INFRA-M, 2001. – 208 p. (Series “High education”).

ФОРМЫ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕНСИОННОГО ФОНДА КАК ОДНИМ ИЗ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

ЮРЬЕВА И.А.¹, МАСЮК Н.Н.²

¹Россия, Ивановская государственная текстильная академия

²Россия, Владивостокский государственный университет экономики и
сервиса

THE FORMS AND METHODS OF MANAGEMENT OF THE FINANCIAL RESOURCES OF THE NON- GOVERNMENT PENSION FUND AS ONE OF THE STRATEGIC RESOURCES OF THE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY

YURIEVA I.A.¹, MASYUK N.N.²

¹Ivanovo State textile academy, Russia

²Vladivostok State University of Economics and service, Russia

Аннотация. Основным направлением, определяющим результативность деятельности негосударственных пенсионных фондов, является инвестирование средств пенсионных резервов. Совершенствование инвестиционного процесса негосударственных пенсионных фондов позволит не только достигнуть прироста активов ради обеспечения выполнения в будущем пенсионным фондом принятых на себя обязательств по выплате негосударственных пенсий участникам, но и внесет вклад в стабилизацию финансового рынка.

Abstract. The main direction that determines the efficiency of non-governmental pension funds operation is the investment of pension reserves funds. It is possible to improve the regulation of investment process of non-governmental pension funds by expanding the assortment of tools available for investment. This will make it possible not only to achieve assets increase for the purpose of future fulfillment of obligations of paying non-governmental pensions to participants, but also contribute to financial market stabilization.

Ключевые слова: негосударственные пенсионные фонды (НПФ), пенсионные ресурсы, инвестиционная политика, инвестиционный доход.

Key words: non-governmental pension funds, pension resources, investment policy, investment income.

Одними из субъектов инвестиционного рынка, имеющим возможности по инвестированию программ с длительным сроком реализации, являются негосударственные пенсионные фонды (далее – НПФ). НПФ осуществляют негосударственное пенсионное обеспечение: привлекают и размещают средства граждан в целях обеспечения будущих выплат пенсий. В целом, на инвестиционную деятельность НПФ, как субъекта финансового рынка, влияют как внешние, так и внутренние факторы. Внешние факторы одинаковы для всех НПФ: политические, экономические, социальные, финансовые, демографические, правовые, рыночные. К внутренним факторам, определяющим результативность инвестиционной деятельности НПФ, относятся:

- опыт работы и стадия жизненного цикла;
- финансовое состояние фонда;
- доля рынка, занимаемая фондом;
- техническая и интеллектуальная оснащенность;
- качество управления инвестиционным процессом;
- состав и структура инвестиционного портфеля;

- структура вкладчиков и участников;
- частота и периодичность взносов и выплат.

Для рационального управления финансовыми ресурсами НПФ необходим комплексный подход, включающий в себя различные этапы, элементы, процедуры. В первую очередь необходимо всесторонне оценить состояние финансов Фонда, выявить возможности увеличения финансовых ресурсов, направления их наиболее эффективного использования. Управленческие решения в процессе планирования принимаются на основе анализа финансовой информации, которая в связи с этим должна быть достаточно полной и достоверной. Достоверность и своевременность получения информации обеспечивают принятие обоснованных решений. Финансовая информация базируется на бухгалтерской, статистической и оперативной отчетности.

Формы и методы планирования зависят от организационно-правовой формы организации, отраслевой принадлежности и других факторов. В соответствии со Статьей 2 Федерального закона от 7 мая 1998г. №75-ФЗ "О негосударственных пенсионных фондах" негосударственные пенсионные фонды (далее – НПФ) являются особой организационно-правовой формой некоммерческой организацией социального обеспечения. Исключительными видами деятельности НПФ являются деятельность по негосударственному пенсионному обеспечению, деятельность в качестве страховщика по обязательному пенсионному страхованию и деятельность в качестве страховщика по профессиональному пенсионному страхованию.

Таким образом, в настоящее время все НПФ в Российской Федерации созданы и осуществляют свою деятельность в форме некоммерческих организаций унитарного характера, что означает отсутствие у учредителей НПФ каких-либо легитимных корпоративных прав на участие в их деятельности. Руководство деятельностью НПФ в таких условиях обеспечивается учредителями посредством участия в совете фонда, являющимся высшим органом управления НПФ.

Госдума приняла закон от 28.12.2013г. №410-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О негосударственных пенсионных фондах» и отдельные законодательные акты Российской Федерации.

В соответствии с данным законом, некоммерческие НПФ подлежат преобразованию в акционерные НПФ или иную форму коммерческой организации либо ликвидируются. Для НПФ, участвующих в системе обязательного пенсионного страхования устанавливается срок до 01.01.2016; для не участвующих – до 01.01.2017. Закон вступил в силу с 01.01.2014, за исключением положений, для которых предусмотрен иной срок вступления в силу. Деятельность НПФ в форме акционерных станет еще более прозрачной для ЦБ РФ как главного регулятора и контролирующих ведомств. В соответствии с принятым законом минимальный уставный капитал НПФ в форме акционерного общества должен быть равен минимальному размеру имущества, предназначенного для обеспечения уставной деятельности НПФ. Акции НПФ в форме акционерного общества, распределенные между учредителями при его создании, должны будут полностью оплачены до представления в Банк России заявления о получении лицензии на осуществление деятельности по негосударственному пенсионному обеспечению и обязательному пенсионному страхованию. Также у ЦБ придется получать разрешение на приобретение более чем 10-процентной доли в акционерном капитале НПФ. Кроме того, акционерные НПФ должны будут согласовывать с ЦБ кандидатуры председателя и членов правления, а также главного бухгалтера. ЦБ будет оценивать предложенные кандидатуры с точки зрения соответствия квалификационным требованиям и нормам деловой репутации.

Предполагается, что акционирование позволит повысить привлекательность для инвесторов, облегчится процесс слияний и поглощений, поскольку для учредителей будет понятен принцип входа/выхода, передачи вклада между ними. Акционерная форма НПФ позволит перейти к системе рыночной оценки их эффективности, а также рейтинговать фонды.

На данный момент в стране сформирована инфраструктура организаций, специализирующихся на работе с НПФ: аудиторские фирмы, депозитарии, актуарии, управляющие компании, государственные органы, юридические и физические лица, являющиеся вкладчиками и участниками дополнительного пенсионного обеспечения.



Рис.1 Инфраструктура НПФ

Основными принципами инвестиционной деятельности являются:

- открытость инвестиционных решений;
- прозрачность и качество инвестиционных инструментов, включаемых в портфель пенсионных активов;
- обеспечение сохранности учета пенсионных накоплений.

Целью инвестиционной политики НПФ является выявление и укрепление его положения на рынке, последовательное выполнение функций управления процессом инвестиционной деятельности и использование современных методов управления для обеспечения прироста стоимости пенсионных резервов. Инвестирование пенсионных резервов НПФ осуществляется исключительно в интересах вкладчиков пенсионного фонда, с учетом факторов влияния рыночных рисков инвестирования на финансовые инструменты, учитываемые в портфеле пенсионных активов. Для вкладчика важна способность фонда сохранить и преумножить вложенные им средства для увеличения размера будущей пенсии.

Инвестиционная политика НПФ основана на принципах надежности, сохранности, возвратности, ликвидности, доходности и диверсификации.

Сохранность обеспечивается недопустимостью безвозмездного отчуждения пенсионных резервов, использования их в качестве залога, источника уплаты кредитору денежных сумм по собственным обязательствам, гарантий исполнения обязательств третьими лицами.

Под мерами, направленными на обеспечение доходности, понимается размещение пенсионных резервов в объекты, которые, могут принести доход.

Под диверсификацией понимается соблюдение постановления Правительства РФ от 01.02.2007 № 63 «Об утверждении Правил размещения средств пенсионных резервов негосударственных пенсионных фондов и контроля за их размещением», а также Инвестиционных деклараций, заключенных с Управляющими компаниями, осуществляющими размещение пенсионных резервов НПФ в частности требований по составу и структуре пенсионных резервов.

Под ликвидностью понимается наличие на фондовом рынке, включая организованный рынок ценных бумаг, спроса на ценные бумаги, входящие в состав пенсионных резервов.

Отметим, что условием успешного управления инвестиционным процессом в НПФ является сохранность величины пенсионных резервов,

минимально необходимой для осуществления будущих выплат в полном объеме. В противном случае, для покрытия понесенных убытков и выполнения принятых на себя обязательств, НПФ необходимо использовать резервный (страховой) фонд, создание которого для НПФ является обязательным. При условии полного выполнения вкладчиками своих обязательств именно инвестирование активов обеспечивает накопление необходимой величины пенсионных резервов.

На сегодняшний день нет требований к минимальному гарантированному уровню доходности. Вместе с тем, установление и достижение минимального уровня доходности позволит удержать участников в пенсионном фонде и предотвратить отток средств из сферы НПО. При обеспечении превышения доходности над запланированным уровнем наблюдается определенный прирост числа договоров. Так как расходы на обеспечение уставной деятельности фонда составляют до 15 процентов от величины инвестиционного дохода, имеет место материальная заинтересованность пенсионного фонда в достижении высокой доходности инвестиций. Гарантированная норма доходности выступает как целевой критерий инвестиционной политики и как ограничительный уровень, определяющий минимальную границу доходности.

Таким образом, инвестиционная политика определяет принципы развития НПФ и особенности его организационно-функционального механизма осуществляющего реализации этих принципов на практике, а именно:

- планирование финансовых источников (доходов);
- контроль накоплений и размещений пенсионных средств;
- инвестирование;
- расходы (текущие) и пенсионные выплаты.

Для достижения сохранности пенсионных резервов и получения инвестиционного дохода НПФ разрабатывается инвестиционная стратегия, которая предполагает подробный анализ макроэкономической ситуации, фундаментальный и технический анализ фондовых рынков, а также анализ инвестиционного портфеля НПФ. Все ежедневные инвестиционные решения принимаются на основании и в согласии с данной стратегией.

Инвестиционная стратегия управления пенсионными активами Фонда ориентирована на оптимальную эффективность при оценке доходности и рисков инвестиций, при этом одной из ключевых целей является поддержание необходимого уровня ликвидности для исполнения обязательств перед вкладчиками по пенсионным выплатам и переводам.

Выделяют три типа инвестиционной стратегии:

- консервативная (основополагающим критерием которой является надежность инвестиций);
- умеренная (сочетание доходности и надежности);
- агрессивная (ориентированная на максимальную доходность вложений).

Выбор одной из альтернативных стратегий инвестирования тесно связан с использованием пенсионными фондами различных путей ограничения финансового риска.

Консервативная стратегия инвестирования пенсионных активов эффективна при отсутствии конкуренции на рынке негосударственного пенсионного обеспечения (для закрытых корпоративных фондов, работающих в рамках одного предприятия, финансово-промышленной группы или отрасли). Функционирование же большинства открытых НПФ характеризуется борьбой за вкладчиков, поэтому их инвестиционная деятельность должна носить умеренный характер.

Текущие финансовые планы разрабатываются с учетом прогнозных тенденций и в конечном итоге принимают форму баланса доходов и расходов НПФ, в котором отражаются все стороны его предполагаемой финансово-хозяйственной деятельности, определяются направления обеспечения наивысшей рентабельности, сферы наиболее эффективного вложения ресурсов, источники финансирования инвестиций и др.

Главными функциями текущего планирования являются:

- определение объема финансовых ресурсов и их источников для осуществления инвестиционной деятельности;

- планирование затрат при размещении финансовых ресурсов;
- планирование денежных потоков;
- планирование доходности инвестиций.

Исходя из разработанной стратегии формируется структура инвестиционного портфеля, которая позволяет достигнуть поставленную инвестиционную цель.

В соответствии с действующим законодательством, негосударственные пенсионные фонды могут размещать свои пенсионные резервы самостоятельно или через управляющие компании. НПФ вправе самостоятельно размещать средства в государственные и муниципальные ценные бумаги, ценные бумаги субъектов РФ, на банковский депозит. Для инвестирования в иные активы фонд должен привлекать управляющие компании.

Управляющие компании обязаны иметь лицензию на все виды деятельности, по которым они осуществляют операции со средствами пенсионных фондов. Следует обратить особое внимание на их отбор. При анализе деятельности управляющей компании необходимо использовать следующие оценочные критерии: опыт работы УК, показатели работы УК, квалификация и опыт работников, размер собственных средств УК.

Размещение пенсионных резервов Фонда осуществляется в соответствии с Инвестиционной декларацией, являющейся неотъемлемой частью договора доверительного управления средствами пенсионных резервов. Инвестиционная декларация Фонда определяет цель инвестирования средств пенсионных накоплений, основные принципы инвестиционного управления пенсионными активами, стратегии, структуру инвестиционного портфеля, условия и ограничения инвестиционной деятельности в отношении пенсионных активов, перечень объектов инвестирования, размер инвестиций за счет пенсионных активов в финансовые инструменты в соответствии с законодательством РФ, систему управления рисками.

Источники финансовых ресурсов НПФ и направления их использования строго регламентированы. Важной гарантией надежности негосударственного пенсионного фонда является повышение размера совокупного вклада учредителей. Данные средства, также как и страховой резерв НПФ, в случае дефицита пенсионных резервов направляются на покрытие пенсионных обязательств фонда.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 1 февраля 2007 г. № 63 "Об утверждении Правил размещения средств пенсионных резервов негосударственных пенсионных фондов и контроля за их размещением" были приняты требования к структуре пенсионных резервов негосударственных пенсионных фондов, устанавливающие, что структура пенсионных резервов фонда должна соответствовать одновременно следующим требованиям представленным в Таблице 1.

Контроль за деятельностью НПФ можно разделить на три составляющие. Это внутренний, государственный и независимый контроль. Следует отметить, что специализированный депозитарий осуществляет ежедневный контроль инвестиционной деятельности, внутренний контролер - ежедневный контроль за соответствием деятельности Фонда законодательству, независимый аудитор проводит ежегодный аудит деятельности Фонда, с подготовкой соответствующего заключения, которое также предоставляется не только в фонд, но и регулятору.

В связи с существованием значительного временного лага между выплатой взносов и получением пенсии, система управления рисками должна стать инструментом стратегического управления и оптимизации пенсионной системы, позволяющим определять пути и возможности обеспечения финансовой устойчивости пенсионной системы для защиты интересов последующих поколений.

Таблица 1 Требования к структуре пенсионных резервов НПФ

При самостоятельном размещении средств пенсионных резервов, не более % пенсионных резервов		При размещении средств пенсионных резервов через управляющую компанию, не более % пенсионных резервов						
Денежные средства на счетах в рублях и иностранной валюте	100	Денежные средства на счетах в рублях и иностранной валюте			100			
I банк - 25%	Банковские депозиты в рублях и иностранной валюте Депозитные сертификаты российских банков	80	Депозитные сертификаты российских банков	80	Банковские депозиты в рублях и иностранной валюте	80		
	Государственные ЦБ РФ	100	Государственные ЦБ РФ (1 выпуск -35 %)			100		
I эмитент - 15%	Недвижимость	10	Ипотечные сертификаты	20	30	ЦБ правительств иностранных государств, международных финансовых организаций	Государственные ЦБ субъектов РФ (1 выпуск -35 %)	80
			Ипотечные сертификаты на покрытие, управление которым осуществляется одним управляющим	10		ЦБ иностранных эмитентов, акции (паи, доли) иностранных инвестфондов	Муниципальные облигации	80
			Объекты недвижимого имущества	10			Облигации российских хоз. обществ	80
Паи открытых, интервальных и закрытых ПИФ	70	Паи закрытых ПИФ	70	Паи открытых и интервальных ПИФ	70	Акции российских ОАО	70	
<i>I управляющая компания -25%</i>								

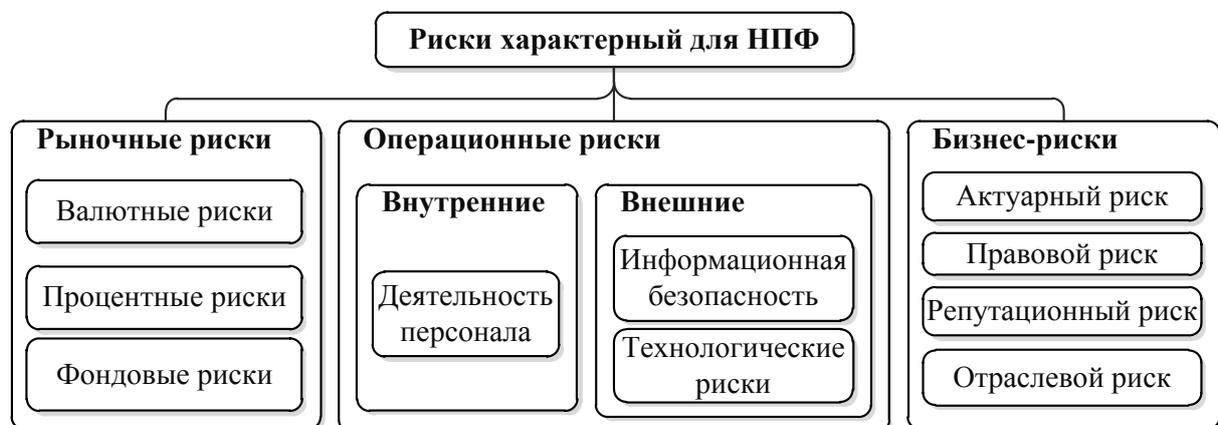


Рис. 2 Риски, характерные для негосударственных пенсионных фондов

В целях минимизации различных видов рисков, возникающих в процессе инвестиционной деятельности, предусмотрена система управления рисками, которая включает в себя четыре основных этапа: оценка риска, измерение, контроль и мониторинг. При этом необходимо использовать весь инструментарий финансового риск-менеджмента, а именно:

- разработку инвестиционной стратегии, условий и порядка ее пересмотра;
- диверсификацию инвестиционного портфеля негосударственного пенсионного фонда по разным управляющим компаниям;
- систему отбора управляющих компаний;
- соответствие методик оценки инвестиционных рисков в негосударственном пенсионном фонде и управляющей компании
- возможность ротации кадров в фонде.

Отметим, что несмотря на все сложности и ограничения при управлении финансовыми ресурсами НПФ следует учитывать, что инвестирование активов фонда должно обеспечить будущее выполнение обязательств по пенсионному обеспечению в достаточном размере. Таким образом, управление финансовыми ресурсами НПФ имеет конечной целью выбор наиболее эффективных направлений использования пенсионных резервов и собственного имущества с целью получения наибольшей инвестиционной прибыли для выполнения обязательств перед вкладчиками и участниками.

Именно прирост активов фонда, то есть увеличение балансовой стоимости привлеченных по договорам негосударственного пенсионного обеспечения средств на размер инвестиционного дохода является важнейшим фактором его стратегического развития.

Для фонда важно определиться, какого рода вложения и в какие инструменты финансового рынка НПФ считает для себя предпочтительными. Инвестирование средств пенсионных накоплений - проблема для пенсионной системы России, возникшая одновременно с мировым финансовым кризисом в связи с нестабильной ситуацией на фондовом рынке. Учитывая социальную важность и ответственность

пенсионной системы, инвестирование средств пенсионных накоплений должно, тем не менее, обеспечивать максимальную прозрачность и подконтрольность финансовых потоков, надежность вложений и их устойчивую долгосрочную доходность. Соответственно активы, разрешенные для инвестирования средств пенсионных накоплений, должны отвечать целому ряду требований по надежности и ликвидности. В связи с этим возникает необходимость оперативной и в то же время точной оценки доходности фактического инвестиционного портфеля и его оптимизации в широком диапазоне изменений доходности и ликвидности отдельных направлений инвестирования.

Для НПФ показателем эффективности реализации управления финансовыми ресурсами должно быть решение следующих задач:

Управленческая информация о риске ликвидности должна являться составной частью общей управленческой информации о рисках фонда.

Разработанная технология управления свободными ресурсами должна способствовать принятию руководством НПФ более эффективных решения по размещению финансовых ресурсов - решений, которые строго обоснованы количественным расчетом. Рациональное использование свободных ресурсов фонда достигается путем размещения ресурсов в больших, чем обычно, объемах, а при благоприятной рыночной конъюнктуре и на более длительные, чем обычно, сроки. При этом риски ликвидности и ликвидные издержки остаются контролируруемыми.

Установление лимитов должно регулировать строгую количественную связь между операционными лимитами и риском ликвидности.

Принятие управленческих решений при размещении свободных финансовых ресурсов неукоснительно с учетом требований экономических нормативов и формирования обязательных резервов.

Ежемесячное оценивание эффективности управления свободными финансовыми ресурсами в фонде.

Экономический и социальный эффекты от правильного построения системы накопления пенсий и разумного инвестирования пенсионных ресурсов может проявиться не только в оздоровлении пенсионной системы, но и как фактор стабилизации экономики, укрепления финансовых рынков, что позволит сделать достаточно благоприятный прогноз относительно увеличения социально-экономического роста в стране как в средне-, так и в долгосрочной перспективе

Список литературы:

1. Федеральный закон от 07.05.1998 № 75-ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах» (в ред. от 28 декабря 2013 г.);
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 01.02.2007 №63 «Об утверждении Правил размещения средств пенсионных резервов негосударственных пенсионных фондов и контроля за их размещением»;
3. Г.П. Подшиваленко, Н.И. Лахметкина, М.В - Инвестиции //Финансовая Академия при Правительстве Российской Федерации// Москва, -2006.
4. <http://cbr.ru> – Служба Банка России по финансовым рынкам.

Научное издание

Под ред. проф. С.Н. Гапоновой

**Экономика предпринимательства:
теория и практика**

Сборник материалов международного научного е-симпозиума
Россия, г. Москва, 29-31 января 2014 г.

Подписано в печать 10.02.2014 г.
Усл. печ.л. 18,9. Заказ ES-Э-2014-011
Киров, МЦНИП
<http://mcnip.ru>
e-mail: izdatel@mcnip.ru