

**ТРУДЫ
ВОЛЬНОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО
ОБЩЕСТВА
РОССИИ**



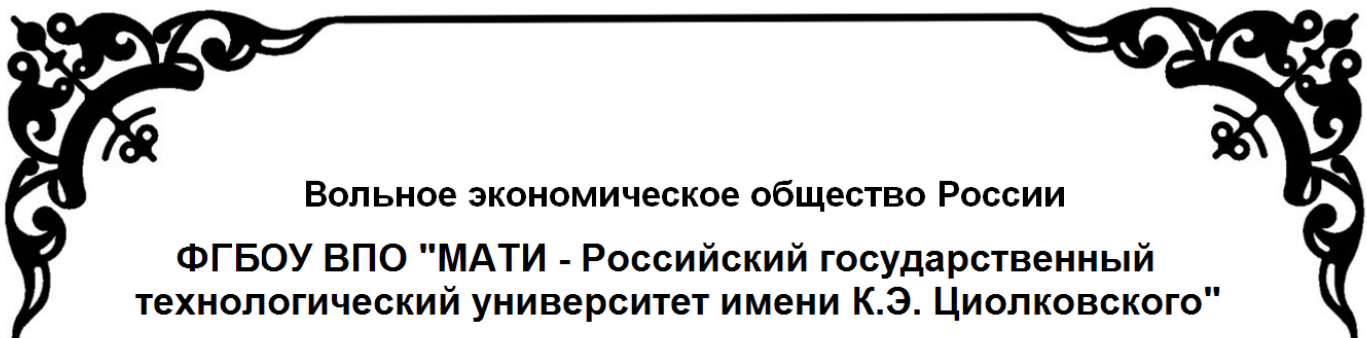
ТОМ СТО ПЯТЬДЕСЯТ ПЯТЫЙ

2011

**ТРУДЫ
ВОЛЬНОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО
ОБЩЕСТВА
РОССИИ**



**ИЗДАЕТСЯ
с 1766 г.**



Вольное экономическое общество России
ФГБОУ ВПО "МАТИ - Российский государственный
технологический университет имени К.Э. Циолковского"

Научные труды ВЭО России

СБОРНИК
научных статей



МОСКВА
2011

По решению Президиума Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки Российской Федерации, Научные Труды Вольного экономического общества России включены в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук.

ISBN 978-5-94160-135-6

ISSN 2072-2060

© Вольное экономическое общество России, 2011

© ФГБОУ ВПО «МАТИ – Российский государственный технологический университет имени К.Э. Циолковского», 2011

К ЧИТАТЕЛЮ

Мне доставляет особое удовольствие представить вниманию самого широкого круга экономической общественности 155-й том «Научных трудов Вольного экономического общества России». Данное издание уже пятое, подготовленное совместно с «МАТИ – Российским государственным технологическим университетом имени К.Э. Циолковского» (МАТИ).

Несомненный успех предыдущих совместных сборников в среде ученых-экономистов обусловлен многообразием затронутых в них проблем и обозначившихся подходов к их решению. В этом смысле и настоящее издание является прекрасным поводом для размышлений об основных тенденциях развития российской экономики.

Настоящий том включает статьи и тезисы докладов 2-ой Всероссийской заочной научно-практической конференции «Развитие инновационной экономики в России», а также научные работы победителей и призеров Всероссийской молодежной научно-практической конференции «Модернизация промышленности на базе интенсивного развития инновационно-инвестиционных процессов», проведенных на базе МАТИ в 2011 году.

Авторы сборника не придерживаются единых взглядов в процессе анализа формирующейся российской экономической модели, что позволяет всесторонне рассмотреть самый широкий спектр вопросов теории и практики развития в России инновационной экономики.

Г.Х. Попов

*Президент Вольного
экономического общества России,
президент Международного союза
экономистов, доктор экономических
наук, профессор*



РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Г.Х. ПОПОВ

Главный редактор, президент Вольного экономического общества России, президент Международного союза экономистов, доктор экономических наук, профессор

И.В. ВОРОНОВА

Член Президиума Вольного экономического общества России, генеральный советник Международного Союза экономистов, кандидат экономических наук, профессор

Р.С. ГОЛОВ

Член Правления Вольного экономического общества России, декан Инженерно-экономического факультета имени В.Б. Родина МАТИ, доктор экономических наук, профессор

В.В. ИВАНТЕР

Член Президиума Вольного экономического общества России, директор Института народнохозяйственного прогнозирования РАН, академик РАН, доктор экономических наук, профессор

В.Н. КРАСИЛЬНИКОВ

Руководитель издания, первый вице-президент Вольного экономического общества России, академик РАЕН, доктор экономики и менеджмента, кандидат экономических наук, профессор

Р.И. ПЛОТНИКОВА

Член Президиума Вольного экономического общества России, генеральный советник Международного Союза экономистов, заслуженный экономист Российской Федерации, профессор

В.А. РАЕВСКИЙ

Член Президиума Вольного экономического общества России, советник Международного консультативно-правового центра по налогообложению, доктор экономических наук, профессор

М.А. РАТНИКОВА

Член Президиума Вольного экономического общества России, директор Международного Союза экономистов

Д.Е. СОРОКИН

Член Президиума Вольного экономического общества России, первый заместитель директора Института экономики РАН, член-корреспондент РАН, доктор экономических наук, профессор

В.В. ШИЛОВ

Заведующий кафедрой «Проектирование вычислительных комплексов» МАТИ, кандидат технических наук, старший научный сотрудник

Ю.В. ЯКУТИН

Вице-президент Вольного экономического общества России, научный руководитель ЗАО «Издательский дом “Экономическая газета”», заслуженный деятель науки РФ, доктор экономических наук, профессор

СОДЕРЖАНИЕ

ПРОБЛЕМА ДНЯ

В.Ю. ТЕПЛЫШЕВ

Концептуальные основы инновационного развития энергетической системы России на базе развития энергосервисного рынка в контексте формирования умных сетей..... 13

Р.С. ГОЛОВ, А.В. МЫЛЬНИК

Теоретические основы формирования гибридных кластеров в промышленности России..... 19

СТАТЬИ И ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ 2-ОЙ ВСЕРОССИЙСКОЙ ЗАОЧНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ «РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ»

Н.В. АЛТЫНОВА

Методы управления сетевыми структурами на региональных потребительских рынках..... 30

О.А. АРТЕМЬЕВА

Преимущества концептуальных туристских ресурсов как основы туристского продукта..... 38

С.Г. АСХАБАДЗЕ

Финансовая структура управления затратами для достижения стратегических целей промышленного предприятия..... 41

Л.И. АСХАТОВА

Региональное регулирование конкурентных отношений на отраслевом рынке (на примере Приволжского федерального округа)..... 46

А.З. БАГАУТДИНОВА

Анализ научных школ стратегического менеджмента и их применимости в контексте современной российской экономики..... 52

Н.Г. БАГАУТДИНОВА, О.Б. СТОЛЯРОВ

Разработка и внедрение системы менеджмента качества национального исследовательского технического университета..... 59

Г.А. БОНДАРЬ

Качество жизни как индикатор социально-экономической эффективности промышленной политики..... 68

Е.В. БУДУМЯН

Развитие инновационно-инвестиционных процессов как объективная необходимость модернизации промышленного производства..... 75

В.С. ВИКТОРЕНКО

Оценка риска в процессе кредитования малых предприятий региональными коммерческими банками..... 81

Р.Р. ГАЙЗАТУЛЛИН Трансформация социально-экономической политики российского региона в современных условиях	88
Б.В. ГОВОРОВ Основные факторы, влияющие на компетенции специалистов по антикризисному управлению и банкротству предприятий сервиса и гостеприимства.....	95
А.А. ГРИГОРЬЕВ Современные инструменты оценки качества деятельности органов местного самоуправления в Москве.....	98
О.В. ДАВЫДОВА Инновационная стратегия предприятия в условиях кризисной экономики.....	102
А.В. ДЕГТЯРЕВ, С.И. ДОРОХОВА Конфигурация программно-информационного комплекса бюджетного управления холдингом.....	110
Л.Л. ДЕЛИЦЫН, Т.А. ПОДЛЕСНАЯ Моделирование охвата аудитории www-сайтов при помощи смеси бета- биномиальных распределений.....	120
Н.В. ДМИТРИЕВА Современные системы бронирования в туризме.....	129
С.Ю. ЕВДОКИМОВ Теоретические аспекты распределения инвестиционных потоков между регионами в современных экономических условиях.....	134
Е.Н. ЕВДОКИМОВА Управление развитием воспроизводственных процессов в промышленности региона в условиях инновационной экономики.....	143
А.А. ЕРЗЫЛЕВА Методы муниципального управления предприятиями общественного сектора (на примере городского пассажирского транспорта).....	152
А.В. ЗАЙЦЕВ Современное состояние и характер развития оборонно-промышленного комплекса России.....	165
Н.Б. ЗЕМЛЯНСКАЯ, Е.В. КУЛАКОВА Управление качеством в системе маркетинга фармацевтического предприятия.....	169
М.М. ИЩЕНКО, П.С. СИНЮШИН О возможностях размещения свободных денежных средств физических лиц в регионе.....	179

С.П. КАЗАКОВ Необходимость позиционирования прикладного маркетинга в центр системы инновационного менеджмента в сфере услуг.....	195
Д.В. КАРЕПИН Развитие системы оптимизации затрат на металлургических предприятиях.....	206
С.В. КАРПОВА Концептуальные положения инновационной маркетинговой политики современных ТНК.....	210
О.В. КИТОВА Теоретико-методологические аспекты управления эффективностью маркетинга и продаж в корпоративных предпринимательских структурах.....	214
Ю.А. КОВАЛЬЧУК, П.С. СИНЮШИН Оценка потенциальных угроз вовлечения банковских структур в регионе в теневую экономику.....	220
Н.П. КОЗЛОВА Особенности проявления деловой репутации в современном российском обществе.....	237
К.А. КОРОБОВ Формирование промышленных кластеров как эффективный путь модернизации экономики России.....	244
С.В. КРАСИЛЬНИКОВ Современные методы оценки и повышения конкурентоспособности.....	249
А.Р. КУМПИЛОВА Управление развитием регионов на основе активизации малого предпринимательства, базирующегося на инновационных бизнес-моделях.....	252
А.Н. ЛАГОДЮК Формирование и развитие региональной инновационной системы в условиях современной российской экономики.....	257
А.Н. ЛАНСКИХ Понятие «метода Форсайта» и его место в системе прогнозирования.....	262
А.А. ЛАРИОНОВА Финансовое обоснование стратегии развития предприятия.....	267
В.П. МАЛАХОВ Применение сбалансированной системы показателей в стратегическом управлении регионами.....	270

М.В. МАРКОВА Проблемы формирования структурно-ассортиментной политики предприятия авиационного комплекса.....	275
Р.М. МИИРОВ Некоторые проблемы российского рынка страхования.....	280
К.В. МИХАЙЛОВ Применение методов Форсайт для экономического прогнозирования в развитых странах	286
В.В. МЫЛЬНИК Модели принятия инвестиционных решений при управлении инновационно- инвестиционными проектами.....	291
А.М. НАЙДА Управление кадровым потенциалом предприятия на основе классических принципов менеджмента.....	300
Г.А. НОВОСЕЛЬЦЕВА Понятие взаимозависимости в финансовом учете.....	305
С.А. ПЕТРУНИН Основные принципы оценки негативно-техногенного воздействия на окружающую среду на предприятиях авиационной промышленности.....	315
Т.А. ПОРТНОВА, Т.И. ЗВОРЫКИНА, А.А. ГРИГОРЬЕВ Мониторинг результативности и эффективности деятельности органов местного самоуправления в городе Москве.....	320
Л.А. ПРИВИВКОВА Современные методы управления предприятием.....	325
М.Б. ПУШКАРЕВА Интеллектуальные промышленные производственные системы через призму синергетического развития.....	334
М.Б. ПУШКАРЕВА Инновационные парадигмы управления промышленной организацией в современной экономической ситуации.....	342
И.В. РОЖКОВ Информационный маркетинг как новая форма управления рыночной деятельностью инновационных предприятий.....	348
М.В. САЙРАНОВА Современные тенденции в развитии региональных социально-экономических систем.....	354

П.С. СИНЮШИН	
Сравнительный анализ противодействия легализации преступных доходов.....	359
И.В. СТЕПАНОВ	
Комплекс маркетинга концептуальных отелей.....	371
Р.Ю. СТЫЦЮК, Я.Б. МОТОГАЛИ	
Конкуренция на рынке образования.....	375
А.В. ТАМБОВЦЕВ	
Неравномерность развития региональных инновационных систем в Российской Федерации.....	377
К.А. ТОПИЛИН	
Региональные подходы к обеспечению занятости инвалидов г. Москвы.....	382
Р.Н. УШАКОВ	
Факторы, влияющие на формирование и развитие ресурсного потенциала гостиничного предприятия.....	387
И.А. ФИРСОВА, С.П. АЗАРОВА	
Этапы формирования стратегии устойчивого развития предприятия.....	391
И.А. ФИРСОВА, Ю.И. ФИРСОВ	
Оценка финансовой устойчивости предприятия.....	395
С.В. ШАРОВАТОВ	
Исследование современной концепции жизненного цикла товара при анализе устойчивости предприятия в конкурентной среде.....	399
В.В. ШИЛОВ	
Задача оптимального управления мелкосерийным производством с использованием модели календарного планирования.....	405
Р.Б. ЯМАЕВ	
Разработка методики оценки компетенций сотрудников индустрии туризма, используемой при подготовке кадров для проведения крупномасштабных мероприятий.....	411
РАБОТЫ ПОБЕДИТЕЛЕЙ И ПРИЗЕРОВ ВСЕРОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ «МОДЕРНИЗАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА БАЗЕ ИНТЕНСИВНОГО РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ»	
Д.А. БЕЗУКЛАДОВ	
Процессы формирования организационной среды с целью повышения инновационной восприимчивости производственных систем.....	414

Е.В. БУДУМЯН Маркетинговый потенциал промышленных организаций как фактор развития инновационно-инвестиционных процессов.....	418
Р.Е. ЗОЛОТОРЕВ Роль интегрированных организационно-производственных структур в инновационных процессах России.....	422
А.М. КРЕМЕРОВ Экономическая модель управления деловой активностью.....	427
С.А. ОРЕШКИНА Антикризисное управление предприятием на основе реализации инновационно-инвестиционной деятельности.....	432
А.В. ПЬЯНОВ Основные аспекты инновационной промышленной деятельности современной российской экономики.....	436
И.В. РОЖКОВ Возможности применения моделирования бизнес-процессов в маркетинговой деятельности.....	441
О.В. РЫБКИНА Механизм выявления и использования организационных резервов повышения эффективности производства наукоемкой продукции.....	445
М.В. СИЛУЯНОВА, А.Ю. АНИСИМОВ Особенности проведения функционально-стоимостного анализа для повышения конкурентоспособности сложных технических систем.....	450
М.В. СИЛУЯНОВА, Т.В. ПОПОВА Инженерно-экономическое обоснование и разработка маркетинговой стратегии инновационного проекта.....	454
И.А. СУХОРУКОВА Разработка классификации инструментов управления качеством и схемы их выбора в условиях инновационного развития предприятий.....	458
Ю.И. ФИРСОВ Влияние роста инвестиционной активности на эффективность производства.....	462
ПРОБЛЕМА ДНЯ	
Р.С. ГОЛОВ, С.Г. ЕМЕЛЬЯНОВ, С.В. ИГНАТЬЕВ, В.Ж. КУКЛИН, Н.Л. ПОНОМАРЕВ, В.А. ФРОЛОВ Проблема разбалансированности рынка образовательных услуг и рынка труда на примере Курской области.....	465

**КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОГО
РАЗВИТИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ
НА БАЗЕ РАЗВИТИЯ ЭНЕРГОСЕРВИСНОГО РЫНКА
В КОНТЕКСТЕ ФОРМИРОВАНИЯ УМНЫХ СЕТЕЙ**

**INNOVATIVE DEVELOPMENT CONCEPTUAL BASES
OF RUSSIAN POWER SYSTEM ON THE BASIS
OF POWER SERVICE MARKET DEVELOPMENT
IN THE CONTEXT OF SMART GRID FORMATION**

В.Ю. ТЕПЛЫШЕВ, д.т.н.

Генеральный директор ООО «ТБН энергосервис»

V.Yu. TEPLYSHEV, Doctor of technical sci., Director

JSC «TBN Energoservice»

Аннотация

Статья посвящена рассмотрению концептуальных основ инновационного развития энергетической системы России. Повышение энергоэффективности должно быть комплексным и предполагать проведение централизованных мероприятий, охватывающих весь цикл производства, передачи и потребления энергоресурсов. В качестве одного из подходов, предполагающих системное и целенаправленное решение данных задач, в настоящее время специалистами рассматривается формирование «умных сетей».

Abstract

The paper is devoted to innovative development conceptual bases of Russian power system. Power efficiency increasing should be complex and assume carrying out of the centralized actions covering all power resources cycle manufacture, transfer and consumption. As one of the approaches assuming the system and purposeful decision of given problems, now experts consider formation of smart grids.

Ключевые слова: энергоэффективность, умная сеть, энергоресурсы, инновационное развитие, энергетическая система России.

Keywords: power efficiency, smart grid, power resources, innovative development, Russian power system.

В условиях модернизации экономики и промышленности особую роль приобретает модернизация и инновационное развитие энергетической системы России как одной из ключевых национальных ресурсных систем, обеспечивающей нормальное функционирование и жизнедеятельность десятков миллионов человек по всей стране. С развитием различных отраслей энергетики тесно связано понятие энергоэффективности, которое определяет необходимость технологического развития генерирующих компаний, энергетических коммуникаций и энергосервисного рынка, в совокупности позволяющих государству, бизнесу, промышленности и обществу получить значительный социально-экономический эффект внедрения прогрессивных методов и инструментов выработки, передачи, учета и контроля за использованием энергоресурсов. Повышение энергоэффективности в промышленности, бизнесе и сфере ЖКХ создает также ряд весьма важных макроэкономических и экологических эффектов, связанных со снижением нагрузки на предприятия-производителей энергии, внедрением экологически эффективных технологий выработки энергии, раскрытием реального потенциала государственных и частных коммуникаций к энергосбережению благодаря их технологической модернизации.

Являясь одной из приоритетных задач проводящейся в России модернизации, повышение энергоэффективности должно быть комплексным и предполагать проведение централизованных мероприятий, охватывающих весь цикл производства, передачи и потребления энергоресурсов. В качестве одного из подходов, предполагающих системное и целенаправленное решение данных задач, в настоящее время специалистами рассматривается формирование так называемых «умных сетей» (Smart Grid). *Умная сеть представляет собой наиболее эффективную модель электрической сети, в которой внедрены автоматизированная система управления подачей энергии, наиболее совершенные кибернетические и программные инструменты для контроля и учета подаваемой энергии, средствами автоматизированной технической диагностики, а также всеми необходимыми технологическими устройствами, призванными обеспечить максимально эффективное распределение энергии в рамках управляемой рабочей области.* Одним из основных функциональных принципов действия данных сетей является самоорганизация при управлении подачей электроэнергии на основе анализа существующего у конечных потребителей уровня спроса на нее, а также технического состояния внутренней и внешней среды системы. Если традиционные подходы к энергообеспечению предполагают предоставление энергоресурсов согласно неким плановым показателям, а также существующей пропускной способности энергосети и связанных с ней энергетических коммуникаций, то умная сеть использует при управлении процессами подачи энергии регулярно поступающие по информационным каналам данные от конечных потребителей энергии и, в

ряде подходов к ее организации, от промежуточных коммуникационных структур. Благодаря установке у конечных потребителей счетчиков нового поколения становится возможным формирование прямой и обратной информационной связи с центром управления умной сети, что позволяет создать динамическую картину, отражающую реальный уровень энергопотребления и способствующую наиболее эффективному управлению подачей энергии с учетом существующей потребности в ней потребителей. Такой подход позволяет достигать весьма значительного повышения уровня энергоэффективности за счет постоянного регулирования объемов подачи энергии в соответствии с реальными запросами потребителей, что позволяет сократить до минимума непроизводительные энергозатраты, позволяя получать локальные экономические эффекты практически на всем цикле производства и передачи энергии.

Подобный высокий потенциал умных сетей уже сделал их одними из наиболее приоритетных энергетических организационных структур в большинстве развитых стран мира. Хотя развитие умных сетей связано с существенными инвестиционными вложениями и техническими изменениями в энергетической инфраструктуре, правительства и ведущие игроки энергетического рынка уже сегодня осознают необходимость внедрения подобных сетей. Отчасти это происходит также из-за того, что умные сети являются не только средством повышения эффективности, но и мощной инновационной платформой, в рамках которой будут созданы десятки инновационных технологий и решений. Благодаря этому внедрение и техническая реализация умных сетей позволит в короткие промежутки времени сформировать качественно новые услуги и сервисы, связанные с появляющимися новыми возможностями для совершенствования существующих процессов энергообеспечения. Так, специалисты компании Cisco по степени инновационного потенциала уже сравнивают умные сети с интернетом, развитие которого буквально за считанные годы привело к формированию нового глобального многомиллиардного рынка. Также следует отметить высокий экологический потенциал умных сетей: именно их внедрение делает возможным целенаправленное использование возобновляемых источников энергии на массовом потребительском рынке, что также будет способствовать притоку значительных объемов инвестиционных средств в сферу «зеленой энергетики».

В связи с упоминанием модернизации энергетической системы России следует также рассмотреть одно из ее основных направлений: развитие энергосервисного рынка и услуг энергетического сервиса. *Под термином энергетический сервис (энергосервис) понимают разработку и проведение специализированных мероприятий, предполагающих внедрение систем и приборов, позволяющих с минимальными изменениями существующей аппаратной инфраструктуры в зданиях и сооружениях повысить уровень энергоэффективности и энергосбережения, не снижая при этом общую*

технологическую эффективность систем энергообеспечения. При этом в качестве оборудования, устанавливаемого при проведении энергосервисных мероприятий, могут выступать как отдельные счетчики и контрольно-учетные приборы, так и крупные автоматизированные системы, способные охватывать значительное число конечных пользователей. В настоящее время происходит динамичное развитие рынка энергосервиса, объясняющееся активным развитием модернизационных процессов в энергетике. Реализация комплекса энергосервисных мероприятий позволяет достичь следующих важных социально-экономических целей:

- обеспечение требования законных прав потребителей по контролю за качеством и количеством услуги, продаваемой энергоснабжающей организацией;
- поддержание реальных стимулов для энергосбережения и рациональных методов потребления тепло-водоресурсов;
- контроль достоверности количества энергоресурсов, предъявляемого поставщиком для оплаты;
- поддержание оптимальных и эффективных режимов работы систем отопления и горячего водоснабжения;
- экономия бюджетных средств и средств потребителя за оплату ресурсов.

Все перечисленные цели тесно связаны с практической плоскостью развития процессов повышения энергоэффективности и имеют прикладной характер. Благодаря их целенаправленной реализации постепенно меняется сам рынок энергоресурсов, проходя этапы согласованного межотраслевого инновационного развития, в процессе которого непрерывно совершенствуются методы и системы управления распределением энергоресурсов: электроэнергии, воды, газа и тепла. Потребители обретают большую степень компетентности в вопросах управления собственной энергоэффективностью, у них появляется выбор между различными моделями контрольно-учетных приборов и технологических решений, на которых основаны отдельные счетчики и системы. Наличие у потребителей возможности точного анализа и мониторинга собственного уровня энергопотребления является серьезным мотивационным стимулом, способствующим развитию у них потребности в энергосбережении. При этом отношения поставщиков и потребителей энергии становятся предельно прозрачными. В условиях модернизации энергетической системы России внедрение методов и инструментов энергосервиса, по мнению автора, является эволюционной ступенью, которая предваряет собой формирование комплексных высокоинтеллектуальных организационных структур – умных сетей.

Формирование умных сетей является весьма сложным и многоуровневым комплексом социально-экономических и технологических процессов. Организация даже незначительной по масштабу умной сети предполагает вложение значительных объемов инвестиционных ресурсов, что тре-

бует от организаторов значительного уровня подготовки и осознанности при ее создании с целью достижения максимально высокой социально-экономической эффективности при реализации данного проекта. В подобных условиях важным является технический и технологический уровень развития энергетической инфраструктуры в тех городах и регионах, где планируется сформировать умную сеть. Наиболее оптимальным вариантом является предшествующая формированию технической инфраструктуры умной сети модернизация благодаря проведению комплекса энергосервисных мероприятий. Благодаря реализации такого подхода происходит поэтапное развитие и обновление инфраструктуры целевых объектов (зданий, сооружений) с целью последующего снижения стоимости формирования умной сети за счет вложения определенных ресурсов в модернизацию существующего оборудования в рамках энергосервисных мероприятий. При этом возможно снижение ряда экономических рисков, возникающих при реализации крупных инфраструктурных проектов в энергетике. Также у разработчиков появляется возможность анализа эффективности в данных условиях и совместимости отдельного оборудования (в условиях мероприятий по энергоаудиту) перед началом построения самой сети.

По мнению автора, подобный подход позволяет органично связывать энергосервисные мероприятия с инновационным развитием энергетической системы в форме организации умных сетей. Одним из сопутствующих данной интеграции факторов является то, что и энергосервис, и умные сети обладают некоторыми общими принципами. Главными из таких принципов можно назвать технологическое развитие энергетической инфраструктуры, повышение степени интеллектуальности оборудования и счетчиков, интеграцию счетчиков и контрольно-учетных приборов в рамках крупных программных систем, а также повышение гибкости и прозрачности в вопросах управления процессами повышения энергоэффективности. Ряд специалистов из области энергетики подчеркивает низкую степень заинтересованности производителей и поставщиков энергии в развитии парадигмы умных сетей, что объясняется потенциальной возможностью снижения уровня их прибыли за счет сокращения непродуктивных энергозатрат, которое и является одной из основных целей создания умных сетей. В данном случае автор считает уместным отразить тот факт, что интеграция методологии энергосервиса в существующую парадигму умных сетей позволит избежать этих потерь благодаря появлению возможности коммерциализации качественно новых энергетических сервисных услуг, которые станут результатом технологического развития энергетической системы в условиях создания умной сети. Отмеченный выше высокий инновационный потенциал умных сетей позволяет разработчикам уже в ближайшем после создания сети периоде создать ряд уникальных сервисных услуг и продуктов, доступных пользователям сети за счет ее технологических и инфраструктурных особенностей.

Следует отметить, что прогрессивное развитие умных сетей уже в обозримые десятилетия должно привести к ряду эволюционных шагов, связанных с инновационным развитием отраслей энергетики, каждый из которых будет отмечен ростом подобных качественно новых услуг и сервисов, доступных каждому потребителю внутри сети. По мнению автора, часть из новых сервисов будет связана с повышением уровня потребительской мотивации участников умной сети к использованию в жизнедеятельности ресурсов возобновляемых источников энергии. Это позволит сделать умные сети неотъемлемой частью глобальной стратегии инновационного экологического развития, способствуя при этом повышению у массовых потребителей уровня экологического интеллекта. В настоящее время такой подход не может быть реализован по техническим и технологическим причинам, а экологические источники энергии остаются прерогативой энтузиастов. Формирование мощного инвестиционного импульса в сфере экологической энергетики благодаря построению умных сетей будет способствовать социально-экономическому и научно-техническому развитию всей энергетики. Усиление конкурентных преимуществ «зеленой энергетики» приведет к неизбежным эволюционным изменениям в сфере различных направлений «традиционной» энергетики, что также положительно скажется на развитии отрасли.

Библиографический список

1. Агабеков С.И., Кокурин Д.И., Назин К.Н. Инновации в России. Системно-институциональный анализ. М.: ТрансЛит, 2011.
2. Арутюнян А.А. Основы энергосбережения. М.: Энергосервис, 2007.
3. Гнедой Н.В., Маляренко Е.Е. Энергоэффективность и определение потенциала энергосбережения в нефтепереработке. Киев: Наукова думка, 2008.
4. Мировая энергетика. Состояние, проблемы, перспективы // Под редакцией В.В. Бушуева. М.: Энергия, 2007.
5. <http://www.tbnergo.ru/goals-and-objectives/>

Контактная информация:

8 (495) 789-90-75

e-mail: teplyshev@tbnergo.com

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ
ФОРМИРОВАНИЯ ГИБРИДНЫХ КЛАСТЕРОВ
В ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ**

**HYBRID CLUSTERS THEORETICAL BASES FORMATION
IN RUSSIAN INDUSTRY**

Р.С. ГОЛОВ, д.э.н.

Декан инженерно-экономического факультета им. В.Б. Родинова
МАТИ

А.В. МЫЛЬНИК, к.э.н., доцент

Кафедра «Финансовый менеджмент»
МАТИ

R.S. GOLOV, Doctor of economic sci.

Dean of Faculty of Economy and Management in industry
n. a. V.B. Rodinov
МАТИ

A.V. MYLNIK, Cand. of economic sci., Ass. professor

«Financial management» Department
МАТИ

Аннотация

Статья посвящена вопросам инновационного развития машиностроения, основанного на формировании гибридных кластеров. В статье даны теоретические основы формирования гибридных кластеров.

Abstract

This paper is devoted to questions of the mechanical engineering innovative development based on hybrid clusters formation. The theoretical bases of hybrid cluster formation are given.

Ключевые слова: инновации, инвестиции, инновационно-инвестиционная деятельность, модернизация, машиностроение, гибридные кластеры.

Key words: innovations, investment, innovative-investment activity, modernization, mechanical engineering, hybrid clusters.

В настоящее время в различных отраслях российской промышленности активно развиваются процессы ее модернизации и инновационного развития. Как известно, многие предприятия в кризисный переходный период, наступивший в 90-х гг. XX в., оказались в сложном социально-экономическом положении. Отсутствие централизованного государственного финансирования, слабый спрос на отечественную продукцию, отсутствие заказов привели в совокупности к их массовым банкротствам, что стало одним из символов эпохи становления рыночной системы в России. Экономические трудности сказались и на кадровом обеспечении предприятий: массовые сокращения основных и вспомогательных рабочих, низкая заработная плата и падение престижа производственных профессий привели к оттоку из промышленности профессиональных и талантливых сотрудников среднего и старшего возраста, составлявших основной костяк трудовых ресурсов большинства предприятий.

Отсутствие технологической модернизации производственного оборудования с начала 90-х гг. привело к высокой степени износа производственной базы большей части предприятий, что также негативно сказалось на показателях их конкурентоспособности. Крупные экономические и политические кризисные потрясения, ставшие одним из привычных «символов» 90-х, в тот период времени не позволяли руководству страны в полной мере ощутить растущие риски, связанные с постепенным разрушением доставшейся современной России от советского периода мощной и развитой производственной системы. Отсутствие государственного интереса к инновационному развитию промышленности в тот период времени привело и к снижению практически до минимума инвестиционной привлекательности предприятий. В совокупности указанные факторы привели к тому, что в начале нового тысячелетия перед новым правительством четко определилась стратегическая проблема, связанная с необходимостью возрождения российской промышленности. По мнению большинства современных экономистов, только промышленное развитие способно составить единственно возможный альтернативный путь в противовес «сырьевому» направлению, связанному с экспортом углеводородных ресурсов.

Следует отметить, что одним из основных направлений развития промышленности в России является отрасль машиностроения, включающая в себя десятки известных и эффективно работавших в советский период времени предприятий, на протяжении десятилетий представлявших собой гордость советской промышленной системы. В настоящее время одной из приоритетных задач развития промышленности является технологическая модернизация и инновационное развитие машиностроительных предприятий как потенциальных ключевых участников формирования экспортного потенциала России. В качестве положительного фактора, способствующего достижению этой цели, можно отметить наличие у российской

промышленности своей уникальной методологической и технологической базы инновационного промышленного развития, основанной на образовании в советский период синергетического взаимодействия с ведущими технологическими ВУЗами, НИИ и КБ страны.

Ясное понимание важности органичной синергии между фундаментальным и прикладным уровнями развития науки позволили сформировать уникальную научно-промышленную систему, участниками которой стали ведущие стратегические предприятия, НИИ, конструкторские бюро, технологические и технические университеты и государственные структуры. Подобный уровень взаимодействия позволил советским ученым и инженерам достичь высокой степени инновационной эффективности при интеграции идей и теорий с фундаментального научного уровня на уровень прикладных исследований с последующим их внедрением в производство. В период, когда на Западе тратили десятки миллионов долларов на организацию так называемых «фабрик мысли» и закрытых исследовательских центров, в Союзе уже создавались первые прототипы современных промышленных, технологических и инновационных кластеров в виде ПО (производственных объединений), НПО (научно - производственных объединений), основанные на ключевых принципах научно - промышленного взаимодействия между отдельными структурами при реализации средних и крупных проектов.

В настоящий период времени кластеры, по мнению многих экономистов, являются наиболее перспективными интегрированными структурами, формирование которых позволяет значительно повысить конкурентоспособность и социально-экономическую эффективность как самих их участников, так и региона, в котором располагаются кластеры. Согласно принятой классификации существует несколько основных типов кластеров, а также достаточно большое число определений понятия «кластер», каждое из которых отражает отдельные аспекты его формирования, цели создания и развития. Среди всех типов кластеров, являющихся объектами исследований современной науки, условно можно выделить три основных:

- технологические кластеры, представляющие собой объединение промышленных и технологических структур (научно-исследовательские и опытно-конструкторские организации), взаимодействие которых основано на разработке, производстве и совершенствовании определенного продукта или группы продуктов. По мнению авторов, основная деятельность технологических кластеров может быть сконцентрирована на разработке и совершенствовании существующих технологий и продуктов, но не обязана быть сконцентрирована исключительно на производстве инноваций. Под технологией (от греч. τέχνη – искусство, мастерство, умение; др.-греч. λόγος – мысль, причина; методика, способ производства) в данном случае понимается взаимосвязанный комплекс методов, инструментов, операций, организационных подходов, в совокупности

направленных на производство, техническое обслуживание, ремонт и эксплуатацию определенного продукта с определенным уровнем его качества и пользовательских функций и характеристик с оптимальным уровнем затрат, определяемый существующим уровнем развития научно-технического прогресса. Из приведенного выше определения можно сделать вывод о том, что на практике технологические кластеры могут иметь в своем портфеле лишь определенную долю (размер которой определяется их стратегией) инновационных проектов, а основное время посвящать совершенствованию, технологической и функциональной оптимизации существующих продуктов;

- *производственные кластеры*, представляющие собой совокупность взаимосвязанных на административном, информационном, экономическом и технологическом уровнях промышленных структур, основной задачей которых является разработка и производство технологически известных рынку продуктов. В отличие от технологических кластеров, по мнению авторов, в производственных кластерах основной специализацией является реализация различных производственных циклов в рамках реализуемых проектов. К такому производству может относиться, к примеру, среднее, легкое, тяжелое и точное машиностроение. При этом производимая продукция может совершенствоваться, но сама цель технологической оптимизации производимых продуктов, как правило, является вторичной в формируемой стратегии;

- *инновационные кластеры* предполагают в качестве основной цели своего формирования систематическую реализацию инновационно - инвестиционных проектов. Они, как правило, объединяют в своей структуре научно-исследовательские и опытно-конструкторские организации, институты, университеты и промышленные предприятия. При этом ключевую роль в кластере выполняют научные и технологические структуры, являющиеся основными создателями инновационных идей, концепций и проектов для дальнейшего внедрения. Задачи инвестиционного обеспечения инновационных кластеров могут выполнять как государственные, так и частные инвестиционные структуры, выступая при этом как единоличные инвесторы, либо выступая в качестве соинвесторов.

Указанные выше три основных типа кластеров являются четко структурированными интегрированными организационными структурами, и, как правило, предполагают долгосрочное сотрудничество в рамках изначально сформированной структуры. Предпосылки к их созданию могут являться элементами государственных и региональных программ инновационного развития, а также быть следствием инициативы руководителей участвующих в кластере организаций. Независимо от источника инициативы по формированию кластера, его построение позитивно сказывается на региональном и муниципальном уровне социально-экономического развития, способствует повышению инвестиционной привлекательности и

инновационного престижа региона, а также, в ряде случаев, позволяет создать значительное число новых рабочих мест. В связи с высокой степенью социально-экономической полезности кластеров, многие экономисты и государственные управляющие называют их «точками роста», подразумевая тем, что формирование кластера способствует интенсификации социально-экономических процессов в регионе, повышению показателей его промышленной и инновационной активности, притоку в промышленную сферу внутренних и внешних инвестиционных ресурсов.

Осознавая важность и приоритетность инновационного развития различных отраслей машиностроения, авторы считают целесообразной разработку нового типа кластеров, основанного на принципах инновационно-синергетического развития промышленных систем. Как было отмечено выше, большая часть существующих кластеров обладает монолитной структурой, подразумевающей реализацию долгосрочных механизмов сотрудничества между входящими в кластер структурами. Такой подход обладает определенными положительными качествами, среди которых можно отметить образование устойчивых коммуникаций между организациями, возможность постепенного совершенствования технологических циклов в кластере, возможность совершенствования логистической и транспортной систем кластера, оптимизацию механизмов ресурсного снабжения. Подобные механизмы сотрудничества позволяют управляющим кластерами формировать долгосрочную стратегию его развития, что способствует образованию в регионах стабильных инновационно-инвестиционных структур.

В то же время следует отметить, что высокий уровень монолитности структуры кластера определяет как темпы его развития, так и принципы сотрудничества. В том случае, если деловые отношения и научное сотрудничество в кластере детерминированы, то его участники (в частности, научные организации) не имеют возможности сотрудничать с промышленными структурами из внешней среды кластера как системы. При этом специалисты научных структур могут работать как в профильном для входящих в кластер прикладном направлении, так и разрабатывать проекты применительно к другим отраслям и подотраслям промышленности. В частности, это утверждение может относиться к крупным научно-исследовательским и технологическим ВУЗам, различные научные подразделения которых могут разрабатывать инновации различного отраслевого направления (авиастроение, аэрокосмическая промышленность, металлургия и т.д.), уровня (инновации национального, регионального, локального уровня) и назначения (гражданская, военная, научно-техническая продукция и т.д.). Ограничение их производственной базы лишь ограниченным числом промышленных предприятий, обладающих фиксированными направлениями производства, приводит к недостаточно эффективному использованию совокупного инновационного потенциала данной

научной организации. В том случае, если научная организация является постоянным участником кластера, при попытках организации сотрудничества с другими предприятиями, не входящими в кластер (и, при этом, могущих быть конкурентами участников кластера) у ее руководства могут возникнуть юридические и экономические разногласия с входящими в кластер промышленными структурами.

Рассматривая инновационное развитие промышленности путем формирования кластеров, следует также отметить недостаточные темпы кластерной интеграции научных структур с целью совместного развития крупных отраслевых и технологических направлений науки. Вторым аспектом такой интеграции должна быть органичная интеграция фундаментального и прикладного уровня научных направлений с целью создания непрерывных информационных каналов, являющихся сквозными путями между фундаментальным и прикладным уровнем. Высокая степень разделения фундаментального и прикладного уровня науки способствует возникновению барьеров на пути адаптации открытий и разработок фундаментального уровня к практической коммерциализации и реализации в форме инновационно-инвестиционных проектов. Этому способствует также отсутствие активных коммуникаций и сотрудничества между научными структурами фундаментального и прикладного уровня. Научные процессы в инновационной сфере подобны ее кровеносной системе, снабжающей инновациями различные отрасли промышленности и народного хозяйства. Важность таких «обменных процессов» весьма высока, так как она определяет общие темпы инновационного развития экономики и промышленности. Научные организации в данном контексте представляют собой ключевых создателей и интеграторов инновационных идей и концепций. Разрабатывая нематериальные продукты, они обеспечивают основное условие функционирования национальных инновационных систем всех развитых стран: разработку инновационных технологий и продуктов с определенным потенциалом к коммерциализации. В этой связи особую важность приобретает интеграция фундаментальных и прикладных научных организаций как основное условие целостности научного процесса создания инновации.

В качестве наглядной аналогии при определении взаимосвязи фундаментальных и прикладных научных структур можно привести следующий пример: они подобны органам одного тела – единой научной системы. Возникновение препятствий между различными органами человеческого тела (тромбов, опухолевых образований и т.д.) приводит к его болезни и постепенному угасанию. Инновации, являясь результатами научно-исследовательской деятельности коллективов ученых и отдельных изобретателей, должны быть основанными на известных или новых законах данной научной области. При этом ключевые и наиболее важные научные открытия, основополагающие этапы развития наук происходят именно на

фундаментальном уровне. В связи с этим, можно сделать вывод об определяющей роли непрерывных научно-инновационных коммуникаций между фундаментальным и прикладным уровнями науки. Данные коммуникации способствуют максимально быстрому проникновению и адаптации ценных с практической точки зрения идей с фундаментального на прикладной уровень, что позволяет значительно ускорить темпы инновационного развития за счет образования непрерывного информационного контура, передаваемая по которому информация обладает как фундаментальной значимостью, так и прикладным потенциалом.

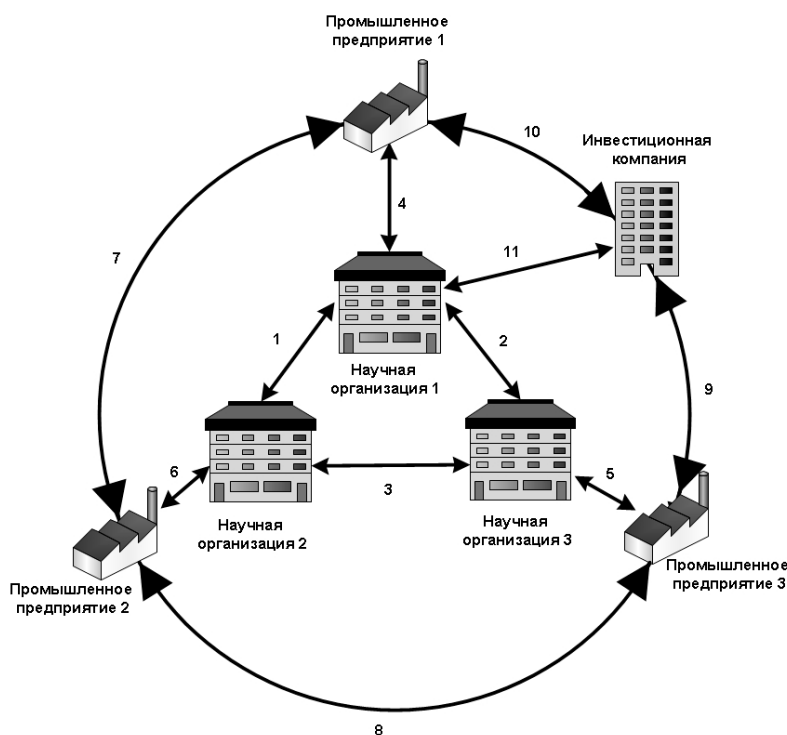


Рис. 1. Структура гибридного кластера.

По мнению авторов, одним из основных принципов формирования указанного выше нового типа кластеров должен быть принцип научно-промышленной самоорганизации научных, исследовательских и промышленных структур при реализации инновационно-инвестиционных проектов. Россия обладает высоким научно-инновационным потенциалом, который составляют как научные структуры фундаментального характера, так и организации, работающие на прикладном научном уровне. Данный тип кластеров был назван авторами гибридным кластером. *Гибридные кластеры – комплексные организационные структуры, включающие в себя определенное число научно-исследовательских и опытно-конструкторских организаций, ВУЗов, способные к эффективной интеграции с промышленными и инвестиционными организациями в случае совместной реализации инновационно-инвестиционных проектов.* Как можно отметить из названия, данный тип кластеров рассматривается авторами, прежде всего, как

объединение научных структур. Данные структуры могут быть государственными, коммерческими, либо обладать смешенной формой собственности. Целесообразным является интеграция в рамках гибридного кластера научных организаций, работающих как на фундаментальном, так и на прикладном научном уровнях. Также является потенциально эффективной организация междисциплинарных гибридных кластеров, организации-участники которых работают в смежных научных направлениях. Эти факторы способны в перспективе повысить совокупный научно-инновационный потенциал данного кластера, позволяя использовать механизмы реализации крупных междисциплинарных проектов при решении научных задач высокой степени сложности. Промышленные предприятия и инвестиционные структуры могут сотрудничать с кластером как на постоянной основе, так и в рамках отдельных проектов. Ключевой важностью здесь обладает определенная степень независимости научного ядра кластера (совокупности научных организаций) от промышленных и инвестиционных структур. У подобной схемы сотрудничества имеется ряд преимуществ, который будет рассмотрен ниже. Далее следует проанализировать структуру гибридного кластера.

На представленной на рис. 1 схеме отражена структура гибридного кластера, состоящего из нескольких научных и промышленных структур, а также включающего одну инвестиционную компанию. Из данной схемы можно отметить, что научное ядро составляют три научных организации. В реальности это могут быть НИИ, КБ, ВУЗы, научно-исследовательские центры и т.д. Коммуникации между ними отображены стрелками под номерами 1, 2 и 3. Входящие в кластер промышленные предприятия связаны с научными организациями стрелками под номерами 4, 5 и 6. При этом, в зависимости от конкретной ситуации, часть предприятий может участвовать в рамках одного проекта, а часть – работать над другим. Таким образом, на основе одного и того же научно-инновационного потенциала, представленного в гибридном кластере совокупностью научных организаций, становится возможным реализация сразу нескольких проектов в рамках создания двух и более временных (проектных) гибридных кластеров. Стрелками 7 и 8 обозначены связи между «Промышленным предприятием 2» и «Промышленным предприятием 3». В работе кластера также участвует инвестиционная компания, связи с которой со стороны предприятий обозначены стрелками 9 и 10, а связь со стороны основного ядра кластера (представленного в рамках данного сотрудничества «Научной организацией 1») стрелкой под номером 11. Рассмотренная структура является упрощенной, сформированной с целью отразить основные аспекты структурного построения гибридных кластеров. При практической организации в качестве участников подобных кластеров могут выступать также государственные структуры, организации инфраструктуры поддержки инновационно - инвестиционной деятельности, иностранные организации и т.д. Реальные моде-

ли кластеров должны включать весь необходимый спектр научных, производственных, инвестиционных, консультационных и административных структур с целью обеспечения максимальной степени автономии и самостоятельности на всем жизненном цикле реализуемых инновационно-инвестиционных проектов.

На рис. 2 следует отметить формирование вокруг научного ядра кластера двух concentрических окружностей, на первой из которых расположены первичные промышленные предприятия, выполняющие основные производственные задачи в рамках проекта, а на второй – вторичные предприятия.

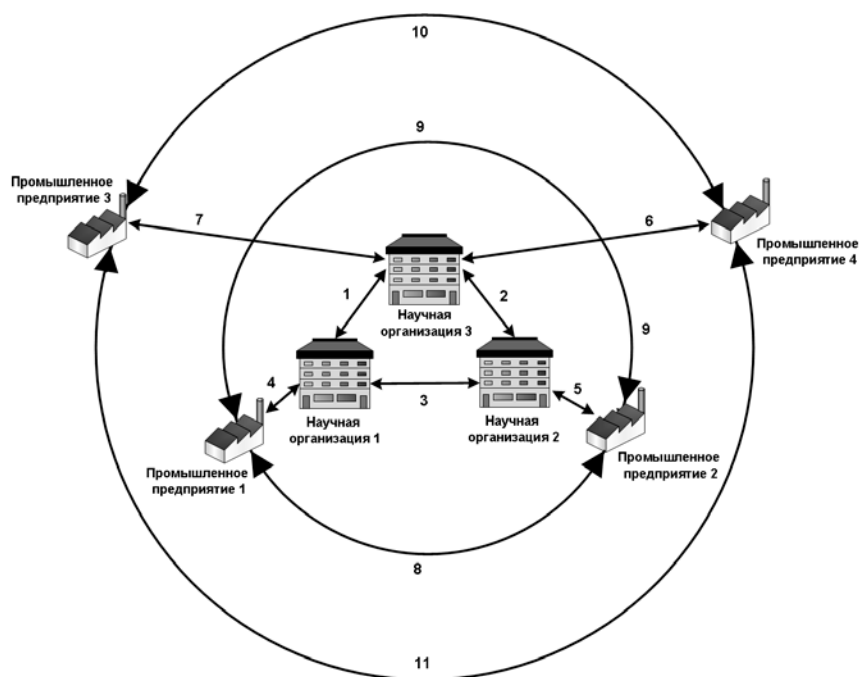


Рис. 2. Структура гибридного кластера с учетом выделения в его структуре первичных и вторичных промышленных структур.

Из схемы следует отметить основные изменения по сравнению с рис. 1. Так, решение основных задач проекта выполняется «Научной организацией 1» и «Научной организацией 2», сотрудничающими с «Промышленным предприятием 1» и «Промышленным предприятием 2» по связям под номерами 4 и 5. Взаимодействие с вторичными промышленными структурами, обозначенными как «Промышленное предприятие 3» и «Промышленное предприятие 4», осуществляется «Научной организацией 3» по связям 7 и 6. Взаимодействие между основными предприятиями происходит по связям 8 и 9, а между вторичными – по связям 10 и 11. В качестве основных задач для вторичных предприятий следует отметить решение второстепенных производственных задач, связанных с возможностью снижения различных видов издержек (по сравнению с решением данных задач первичными структурами), а также повышением инновационного потенциала проектов.

Данный подход основан на предположении о том, что масштабы и уровень разрабатываемых инноваций, в связи с формированием пропорциональных затрат на НИОКР, обладают высокой степенью зависимости от размера и инвестиционного потенциала компании-разработчика. Также следует отметить высокую степень взаимозависимости между производственным потенциалом предприятия и его способностью к решению конкретных производственных задач. Внедрение субинноваций предполагает формирование в рамках инновационно-инвестиционного проекта альтернативного научно-исследовательского и производственного направления, реализация которых в совокупности призваны повысить конкурентоспособность инновации за счет повышения ее инновационного потенциала. Исходя из схемы на рис. 2 можно предположить, что «Научная организация 3», равно как и «Промышленное предприятие 3» и «Промышленное предприятие 4», может быть меньше по уровню, нежели две другие научные структуры кластера. В случае, если в рамках проекта она решает задачу, связанную с разработкой субинноваций как определенного элемента целостного продукта (являющегося основной инновацией для кластера), ее затраты будут ниже, чем у основных научных и промышленных структур. При этом, выделение ценного интеллектуального и производственного потенциала, с учетом возможности экономии средств на альтернативном направлении позволит получить определенный экономический эффект, усилив при этом потенциал основной инновации. В качестве примера такой экономии можно назвать изначальный выбор в качестве «Научной организации 3» такой структуры, специалистами которой уже ведутся исследования, и есть наработки в целевой для проекта области. В данном случае возможно снижение издержек на проведение НИОКР. Аналогичным примером может служить выбор для производства субинновации предприятия с развитой системой поставок требуемых для ее создания материалов и комплектующих. Предлагаемый авторами подход к разработке субинноваций можно с определенной долей точности назвать промышленным аутсорсингом.

Пришедшее в российскую экономику из Западной экономической сферы, понятие «аутсорсинг» (от англ. outsourcing: outer-source-using, использование внешнего источника/ресурса), обозначает *процесс передачи организацией на основании заключенного контракта или договора определенной совокупности бизнес-процессов или производственных функций для обслуживания другой компанией, обладающей определенной степенью специализации и практического опыта в данной области*. Промышленный (или производственный) аутсорсинг представляет собой передачу одним предприятием или организацией другому промышленному предприятию часть производственных функций и задач, связанных с основным проектом. Рассмотрение субинновации как совокупности функций научно-исследовательской, технологической и производственной деятельности

позволяет кластеру снизить экономическую, интеллектуальную и производственную нагрузку на научные и промышленные структуры, занятые в качестве первичных исполнителей.

Благодаря распределению функций и стадий технологического процесса между предприятиями внутренней и внешней совокупности гибридного кластера, становится возможной эффективная организация инновационно-инвестиционных процессов, способствующая повышению социально-экономической эффективности проекта. Отсутствие фиксированных долгосрочных связей с промышленными предприятиями позволяет научным организациям осуществлять отбор тех промышленных структур, которые наиболее полно отвечают задачам проекта, технических и экономическим требованиям к предприятиям-участникам.

Библиографический список

1. Бир С. Кибернетика и менеджмент. М.: КомКнига, 2006.
2. Голов Р.С., Мыльник А.В. Инновационно-синергетическое развитие промышленных организаций. М.: ИТК «Дашков и К», 2010.
3. Мицуаки С. Эпоха системных инноваций. М.: Секрет фирмы, 2006.
4. Нонака И., Такеучи Х. Компания – создатель знания. М.: ЗАО «Олимп-бизнес», 2003.
5. Управление инновациями. Антология. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.

Контактная информация:

8 (499) 141-94-99

e-mail: post@mati.ru

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ СЕТЕВЫМИ СТРУКТУРАМИ НА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКАХ

NETWORK STRUCTURES' MANAGEMENT METHODS AT THE REGIONAL CONSUMER MARKETS

Н.В. АЛТЫНОВА, аспирант

Рязанский государственный радиотехнический университет

N.V. ALTYNOVA, postgraduate student

Ryazan state radio-engineering university

Аннотация

В публикации рассматриваются вопросы управления сетевыми структурами на региональных потребительских рынках, описываются характерные черты сетевых структур и региональные особенности, даются рекомендации по управлению сетевыми структурами на региональных потребительских рынках.

Abstract

The publication reviews issues related to management of chain structures in regional consumer markets. Characteristic traits of chain structures as well as regional specifics are covered and recommendations on managing chain structures in regional markets are provided.

Ключевые слова: сетевая структура, организационная структура управления, розничная торговля, региональные потребительские рынки.

Key words: chain structure, organizational structure, retail, regional consumer markets.

В условиях расширения и диверсификации производства успех достигается децентрализацией управления и это стало главной тенденцией развития организационных форм крупных компаний. Процессы децентрализации и разукрупнения неразрывно связаны с поэтапным переходом от линейно-функциональных к дивизиональным и матричным структурам управления и от них – к сетевым организациям.

Сети представляют собой достаточно гибкую структуру, позволяющую входящим в нее компаниям конкурировать между собой, привлекать новых партнеров и одновременно организовывать и

координировать деятельность своих членов. Сетевые организации объединяют два противоположных принципа – конкуренцию и кооперацию. Особое значение приобретают вопросы определения степени децентрализации и разукрупнения, так как отклонения в ту или иную сторону ведут к отрицательным последствиям. Хотя сетевые организации обладают чертами, отличающими их от других организационных форм, они могут соединять в себе элементы разных организационных структур управления. В итоге сетевая организация включает в себя элементы специализации функциональной формы, автономность дивизиональной структуры и возможность переброски ресурсов матричной организации. Переход к сетевой структуре, как правило, происходит постепенно, то есть традиционная иерархия должна последовательно замещаться на более "плоские" структуры прямого сотрудничества, в которых постепенно вытесняются бюрократические отношения. При этом существенно меняется роль менеджеров. В сетевой структуре все менеджеры оказываются практически в равных условиях, иерархия исчезает.

Появление сетевых организаций естественным образом связано с реинжинирингом бизнес-процессов, использованием реинжиниринговых технологий для эволюционных перестроек структур фирм и появлением виртуальных организаций, которые предпочитают изменение самой структурной единицы организации и осуществляют переход от технологических единиц построения организаций к экономическим (бизнес-процессам).

Сетизация может рассматриваться в качестве одного из способов упорядочивания элементов организации.

В экономической литературе имеются различные определения сетевых структур и сетизации.

Например, Р. Патюрель считает, что “сетизация – это метод стратегического менеджмента, заключающийся в формировании сети с ее узлами и связями для достижения целей соответствия с потребностями и ожиданиями партнеров и деловой конъюнктуры” [1]. Фактически, употребляя данный термин, автор говорит о создании сетевых организационных структур.

Б. Мильнер утверждает, что сетевая организация (корпорация) является виртуальной [2].

Восстановим характерные черты виртуальной организации:

- непостоянный характер функционирования элементов,
- осуществление связей и управленческих действий на базе интегрированных и локальных систем и телекоммуникаций,
- взаимоотношения со всеми партнерами и другими заинтересованными организациями на основе серии соглашений, договоров и взаимного владения собственностью,
- образование временных альянсов организаций в смежных областях

деятельности,

- частичная интеграция в материнскую компанию и сохранение отношений собственности до тех пор, пока это считается выгодным,
- договорные отношения работников с администрацией во всех звеньях.

Интересно, что оба упомянутых выше исследователя практически едины в описании основных черт сетизации (создания сетевых структур) и сетевых (виртуальных) организаций.

Упомянутые ученые приходят к следующим выводам по этому вопросу. Сетизация (создание сетевых структур) представляет собой, по сути, отказ от вертикальной иерархии бюрократической организации, создание вместо функциональных структур независимых рабочих групп, переход к горизонтальным структурам организации и замену в значительной степени административных отношений контрактными (договорными).

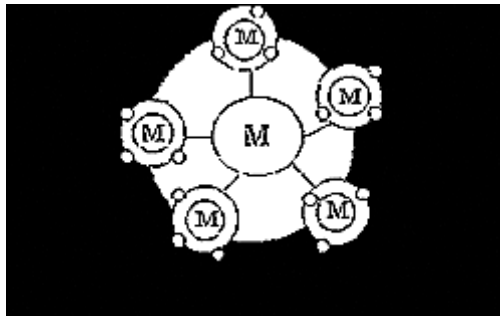


Рис. 1. Сетевая структура организации.

При этом происходит отмирание большей части контрольно-распорядительных функций менеджеров. Вместо них появляются функции, связанные с лидерством в данном коллективе, то есть, прежде всего, подбор команды, организация совместной работы, обучение, а также представительские функции. По мере развития новейших информационных технологий, средств телекоммуникаций сетевые структуры могут постепенно трансформироваться в новый вид – виртуальные структуры.

Зачатки реализации сетевого принципа построения структур можно проследить в структурах холдингового типа, в ассоциациях делового сотрудничества и т.п. Сетевые структуры особенно перспективны в открытых социально-экономических системах, ориентированных на сотрудничество. Здесь отношения прямого сотрудничества непосредственных исполнителей впервые вытесняют иерархически бюрократические отношения.

Менеджмент в сетевых структурах начинает играть принципиально иную роль: как утверждают специалисты, это уже не надстройка над производственной и рыночной, маркетинговой базой со свойственными ей

контрольно-распорядительными функциями, а, напротив, поддержка этой базы. Функции менеджера становятся более схожими с функциями тренера: подбор игроков, их обучение и постоянная тренировка, формирование команды, организация совместной работы. Причем нужно добавить, что это играющий тренер. Его «контрольно-распорядительные функции сочетаются с талантом специалиста, создающего определенную конкретную стоимость, способного к наращиванию “человеческого капитала”», а также собственно «командного капитала» [3].

Такая метаморфоза структуры, которая все чаще называется «виртуальной», позволяет менеджеру, ранее озабоченному проблемой стабильности и защиты организации, перейти к управляющим воздействиям с целью внесения изменений в исходные условия функционирования объекта управления и в его потенциал [3].

Сетевые технологии формирования структур все больше распространяются за пределы отдельных фирм и организаций, в направлении формирования виртуальных корпораций как высокой формы организации сетей делового сотрудничества. Организационные структуры все больше начинают соответствовать структурам информации, информационным технологиям. При этом отдельные участники сети концентрируются вокруг базового вида деятельности, формулируют общие, взаимодополняемые цели, объединяют на этой основе бизнес-стратегии в рамках сети, интегрируют информационные стратегии.

Идеи сетевых организационных структур получают все более широкое распространение в практике трансформации государственного, общественного управления. Именно такие структуры, гарантируя равновесие и стабильность организационных систем, оставляют значительно больший простор и поощряют развитие, качественные изменения в системах. Крупные и неизбежно статичные государственные организации в США трансформируются в ассоциативные сети небольших управляемых подразделений. Как отмечают специалисты, это позволяет снизить информационные и организационные издержки, увеличивает возможности взаимодействия с рыночной средой. Но здесь надо иметь в виду, что при недостаточной общей культуре менеджмента, в условиях незрелого рынка сетевые формы организации должны поддерживаться мощной системой финансового контроля и ответственности – как централизованной, так и общественной.

Д.А. Новиков в работе «Сетевые структуры и организационные системы» определяет сетевую структуру как «в которой потенциально существуют связи между всеми участниками, некоторые из которых актуализируются, порождая из вертикальной структуры линейную или матричную, на время решения стоящей перед системой задачи, а затем разрушаются (возвращаясь к вертикальной структуре) до момента появления новых задач [3]. То есть, сетевые структуры – это такие

структуры организационной системы, в которых могут возникать и двойное подчинение, и межуровневое взаимодействие, причем одни и те же субъекты могут выступать как в роли управляющих органов, так и в роли управляемых агентов, то есть вступать в сетевое взаимодействие.

Образно говоря, сетевая структура – набор априори равноправных агентов, в котором могут возникать временные иерархические и другие структуры, определяемые решаемыми системой задачами.

Ранее было распространена интерпретация сетевых структур как таковых, в которых нет явно выраженной иерархии, и между всеми (или большинством) ее элементов существуют постоянные связи.

В последнее время все большее распространение приобретает интерпретация сетевой структуры (и мы будем придерживаться именно этой интерпретации) как набора агентов, между которыми не существует постоянных связей (то есть конструктором является вертикальная структура), а связи образуются между ними (например, в виде линейной или матричной структуры) на время решения стоящей перед системой задачи; затем связи исчезают до момента возникновения новой задачи и т.д.

Упорядоченность взаимодействия и механизм управления (иерархия) возникает в сетевой структуре в результате необходимости специализации, позволяющей эффективно решать частные задачи. Например, в процессе многократного решения схожих задач линейная структура возникает в сетевой структуре как механизм снижения транзакционных издержек.

Д.А. Новиков приходит к выводу о том, что «разнообразие решаемых задач порождает в вырожденной структуре организационные системы как временные иерархии [3]. Следовательно, тип структуры организационной структуры, обнаруживаемый исследователем операций, зависит от времени наблюдения – на больших (по сравнению с характерным временем изменения внешних условий) временных промежутках организационной структуры может рассматриваться как сеть, на малых – как имеющая одну из типовых структур – вертикальную структуру, линейную структуру или матричную структуру [3].

Преимущества сетевых структур значительны:

- адаптивность компаний к изменяющимся условиям, быстрая реакция на изменение конъюнктуры;
- концентрация деятельности компании на приоритетных областях специализации, на уникальных процессах;
- существенное сокращение издержек, их рациональная структура и повышение доходов;
- привлечение к совместной деятельности в рамках сети самых лучших партнеров, исключение использования второсортных исполнителей.

Привлекательность сетевых структур объясняется очень высокими экономическими показателями, которые в свою очередь обусловлены двумя

факторами – компетентностью и эффективностью организационной сети.

Эффективность рассматриваемых компаний гарантируется низким уровнем и рациональной структурой издержек. Сети исключают дублирование использования рабочей силы и мощностей на разных участках.

Трудности, возникающие при создании сетевых структур обусловлены двумя причинами:

- сетевая организация нарушает ряд сложившихся принципов управления;

- процесс формирования сетевых компаний характеризуется отставанием фундаментальных научных исследований от практического опыта: управленческие принципы для новых компаний и организационных структур еще не уточнены и не апробированы в достаточной степени и потому не могут служить прочным фундаментом для развития данной организационной формы.

В качестве специфических слабых мест сетевой компании и сетевой структуры управления можно назвать:

- при формировании сетевых моделей предпочтение отдается специализации, концентрации на ключевых компетенциях, тогда как современные тенденции развития компаний, наоборот, говорят о необходимости ориентации на многоплановую квалификацию общего профиля;

- сетевая концепция нарушает организационные принципы сегментирования и модулирования, которые присущи автаркическим (хозяйственно обособленным, замкнутым, самообеспечивающимся) организационным единицам, таким, как венчурные предприятия, “фабрика в фабрике”, “предприятие в предприятии” и т.п.;

- при сетевых структурах возникает чрезмерная зависимость от кадрового состава, возрастают риски, связанные с текучестью кадров;

- существует опасность чрезмерного усложнения, вытекающая, в частности, из разнородности участников компании, неясности в отношении членства в ней, открытости сетей, динамики самоорганизации, неопределенности в планировании для членов сети;

- принципы сетевых построений тормозят развертывание предпринимательства, так как предопределяют “дефицит” автаркии и мотивации предпринимателей.

Каждый участник сети вносит лишь небольшой вклад в функционирование всей сетевой модели, поэтому создание организационных сетей ведет к усилению их взаимозависимости.

Для сетевых структур типична зависимость как от рынка, так и от ресурсов.

Особенно возрастает ресурсная зависимость в связи с тем, что сетевые компании наряду с собственными мощностями и персоналом

используют на договорных условиях необходимые здания, транспортные средства, компьютерную технику и персонал других компаний.

Сетевая структура может быть представлена в двух следующих формах на региональных потребительских рынках.

- сетевой структуре крупной компании, которая собирает вокруг себя фирмы меньшего размера, поручая им выполнение различных специальных задач. Фирмы в свою очередь могут иметь собственные подразделения, необходимые для производства, но требующие очень высокой специализации. В этом случае сеть является иерархизированной и крупное предприятие занимает доминирующее положение в деловых операциях, являясь головным заказчиком. Мелкие структуры быстро попадают в зависимость от более мощного партнера, что для них нежелательно. Преимущества крупного предприятия позволяют ему осуществлять контроль не за счет участия в капитале, а через рыночный механизм. Крупные фирмы (предприятие-сеть) подбирают партнеров, отличающихся высокой гибкостью, адаптивностью к меняющимся условиям, творческим потенциалом;

- совокупности (сети) предприятий, близких по размеру, большинство которых самостоятельны (юридически), но поддерживают устойчивость друг друга (в хозяйственном плане), что очень важно для всех. Подобное содружество, действующее часто в пределах одного региона или в рамках одного вида деятельности, повышает конкурентоспособность производимых товаров и услуг. Постоянство связей, которые управляются несколькими ключевыми фирмами, стимулирующими инновационный и коммерческий процессы, упрощает управленческие задачи мелких и средних предприятий – членов сети.

Для эффективного управления сетевыми структурами на региональных потребительских рынках необходимо произвести следующие направления деятельности.

Во-первых, необходимо реформировать организационные структуры компании как самостоятельного хозяйствующего субъекта с ориентацией на активную работу на рынках. В этой ситуации из веера возможностей выбор осуществляется в пользу наиболее эффективных способов обеспечения конкурентоспособности через совершенствование коммуникаций, производственных связей с поставщиками, использование ресурсов внешней среды.

Во-вторых, в управлении комплексом предприятий необходимо перейти от централизованных, субординационных механизмов управления к сетевым методам координации совместной деятельности. Для этого следует изучить основные проблемы организационного развития комплекса предприятий в условиях перехода к сетевой организации бизнеса, и, прежде всего, определить направление реформирования системы управления компанией. Комплекс в данном случае должен

рассматриваться как самостоятельный хозяйствующий субъект в условиях сетевого управления.

Открытость сетевой структуры позволяет ей практически неограниченно расширяться, включать все новые узлы, используя сетевые коммуникационные коды. Именно эта особенность обуславливает динамизм развития и восприимчивость к инновациям. Необходимый инструмент управления в сетевой организации – использование определенного коммуникационного кода, регулирование информационных потоков.

Формирование состава участников сети – важнейший стратегический компонент сетевого управления на региональных рынках. При сетевом принципе, в отличие от административно-иерархического подхода, состав участников сетевого комплекса определяется с учетом их интересов и возможностей как самостоятельных хозяйствующих субъектов на рынке и централизованного перераспределения функций и ресурсов сетевого управления.

Библиографический список

1. Патюрель Р. Создание сетевых организационных структур // Проблемы теории и практика управления. 1997. № 3. С. 20.
2. Мильнер Б. Теория организации: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2000. 480 с.
3. Новиков Д.А. Сетевые структуры и организационные системы. М.: ИПУ РАН (научное издание), 2003. 102 с.
4. Хасис Л.А. Розничные торговые сети в современной экономике. М.: Едиториал УРСС, 2004. 78 с.
5. Чкалова О.В. Формирование и развитие розничной торговой сети в мегаполисе. Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2003. 23 с.
6. Федотова В.Г. Человек в экономических теориях: пределы онтологизации // Вопросы философии. 2006. № 9.

Контактная информация:

(4912) 46 03 58

e-mail: naltynova@mail.ru

ПРЕИМУЩЕСТВА КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ КАК ОСНОВЫ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

THE ADVANTAGES OF CONCEPTUAL TOURIST RESOURCES AS THE BASIS OF THE TOURIST PRODUCT

О.А. АРТЕМЬЕВА, к.э.н., ст. преподаватель
Кафедра «Маркетинг»
Финансовый университет при Правительстве РФ

O.A. ARTEMYEVA, Cand. of economic sci., Senior lecturer
«Marketing» Department
Financial University under the Government of the Russian Federation

Аннотация

В статье рассматриваются предпосылки для создания новой основы для формирования туристского продукта. Выделяются различия между традиционными и “концептуальными” туристскими ресурсами. Выявляется основа их формирования. Определяются преимущества концептуальных туристских ресурсов перед традиционными.

Abstract

The paper reviews the prerequisites for a new framework for the formation of tourist product. The differences between traditional and “conceptual” tourist resources are released. The basis of their formation is revealed. The advantages of conceptual tourist resource over traditional are defined.

Ключевые слова: туристский продукт, туристские ресурсы, туризм, туристские потоки, привлекательность региона, традиционные и концептуальные туристские ресурсы.

Keywords: tourist product, tourist resources, tourism, tourist flows, the attractiveness of the region, traditional and conceptual tourist resources.

Следуя традиционному подходу, при формировании туристского продукта, если есть определенной структуры туристские ресурсы, то в данном регионе необходимо развивать такой вид туризма и в таком объеме, которому они в большей мере соответствуют. При этом если в каком-либо городе, районе города или другом регионе туристских ресурсов нет, то и туризма там не будет. Это известное положение на протяжении долго-

го времени рассматривалось как некая догма при принятии разнообразных решений о развитии туризма в том или ином регионе. В результате карта современных туристских ресурсов показывает их крайне непропорциональное распространение: есть территории с избыточными туристскими ресурсами, емкость которых заставляет вводить ограничения для туристских потоков, есть территории с ограниченными туристскими ресурсами и регионы, где туристских ресурсов в их классическом понимании практически нет.

Учитывая современную динамику развития туристского мирового рынка и увеличение значимости туризма, зависимость «туристские ресурсы определяют туризм» несколько трансформировалась, и появилась ее вариация - «туризм стимулирует развитие туристских ресурсов». Что, в свою очередь, ознаменовало формирование, так называемых, «концептуальных» туристских ресурсов, т.е. совокупности таких объектов, вызывающих туристский интерес, которые возникают по инициативе разработчиков, при этом не основываясь на каких-либо культурных, природных и иных традиционно выделяемых видах туристских ресурсов.

Концепцией создания туристского ресурса и формирования затем на его базе туристского продукта, может быть развитие предприятия, его технологии, которая позволит создать уникальный бренд. Также в качестве концепции может выступать какой-либо актив компании. Часто используется любопытство человека к определенному виду деятельности или явлению, стимул для создания концептуального туристского ресурса. Однако не только черты характера и темперамента человека используются для создания концептуальных туристских ресурсов. Есть объекты, которые вне зависимости от гражданства, вероисповедания и иных особенностей личности, порождают некие позитивные чувства и эмоции.

Например, в Музее утюга (Переяславль-Залесский, Россия) представлены несколько видов различных утюгов: бронзовый, похожий на швейную машинку; чугунный, похожий на телефон; бронзовый, напоминающий ракету. Заметим, что этот пример интересен не только таким прозаичным объектом, вокруг которого был создан концептуальный туристский ресурс, но и тем, что он востребован в таком городе, как Переяславль-Залесский, который располагает значительными традиционными туристскими объектами. По нашему мнению, это подчеркивает значимость концептуальных туристских ресурсов, которые помогают удовлетворить различные интеллектуальные потребности туристов и путешественников.

Опыт развития концептуальных туристских ресурсов во многом показывает создание объекта «с чистого листа». Однако российский и зарубежный опыт также позволяет выделить другой подход, который заключается в превращении какого-либо существующего объекта в концептуальный туристский ресурс. Это более сложная концепция, которая предпола-

гает, что объект должен обладать определенным потенциалом для пробуждения туристского интереса.

Подводя итоги, можно сказать, что превращение чего-либо в концептуальный туристский ресурс активно развивается и вовлекает в этот процесс совершенно различные объекты, в основе создания которых может лежать: предмет, миф, бренд, процесс (технология), место, событие.

Прямыми преимуществами использования концептуальных ресурсов мы можем считать: возможность создания «с чистого листа» (при наличии уникальной идеи какого-либо энтузиаста, инициирующего создание такого объекта, либо превращением объекта, ранее не вызывавшего туристский интерес, через реализацию его туристского потенциала в объект показа) нового туристского продукта; доступность; невысокие затраты; аттрактивность; экскурсионную значимость.

Контактная информация:

8 (499) 943-94-62

e-mail: marketing@fa.ru

ФИНАНСОВАЯ СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

THE FINANCIAL STRUCTURE OF COSTS' MANAGEMENT FOR ACHIEVEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES STRATEGICAL GOALS

С.Г. АСХАБАДЗЕ, соискатель
НИИ Счетной палаты

S.G. ASKHABADZE, applicant
Research Institute under Chamber of Accounts

Аннотация

В статье автор рассматривает термины «бюджетное управление» и «финансовая структура предприятия», а также изучает содержание и функции бюджетирования в организационной структуре управления.

Abstract

In the paper the author discerns the terms «budget management» and «financial structure of enterprise», and also studies the content and functions of budgeting in organizational structure of management.

Ключевые слова: затраты, бюджетирование, финансовая структура, процессно-ориентированное бюджетное управление, промышленные предприятия.

Keywords: costs, budgeting, financial structure, process-oriented budget management, industrial enterprises.

По мнению О.Д. Кавериной, «бюджетное управление – оперативная система управления компанией по центрам финансовой ответственности с помощью бюджетов, позволяющих достигать поставленные цели путем наиболее эффективного использования ресурсов. Бюджетное управление расширяет понятие «бюджетирование». В отличие от него, бюджетное управление предполагает построение финансовой структуры предприятия – иерархической системы центров финансовой ответственности предприятия» [3, с. 245]. В своей работе автор делает вывод, что «в ряде случаев

применяется расширенное толкование бюджетного управления: 1) оно рассматривается как управление по отклонениям (формирование бюджета; определение фактических показателей; определение отклонений, анализ вызвавших их причин и принятие решений на основе результатов анализа); 2) толкование бюджетного управления расширяется до понятия управления в системе внутрифирменного предпринимательства с участием трансфертных цен и арбитражной комиссии» [3, с. 246].

Бюджетное управление, по мнению О.Д.Кавериной, следует рассматривать как синоним системы бюджетирования – то есть это комплекс определенных видов деятельности (работ) в информационной системе сбалансированных бюджетов, используемых в управлении предприятием. Бюджетное управление – это процесс обеспечения связей между стратегическими целями, с одной стороны, и стратегическим планированием и учетом, контролем и анализом, с другой стороны.

Современные организационные структуры промышленных предприятий должны соответствовать требованиям оперативного и стратегического управления, главным свойством которых является их способность изменять свою форму, приспособляясь к разным условиям окружающей внешней среды.

В процессно-ориентированных организационных структурах бюджетное управление – это бюджетирование на основе действий, т.е. коллективный процесс управления системой бюджетов предприятия, позволяющий согласовать деятельность предприятий и подчинить ее общей стратегической цели [5, с. 9]. С помощью построения процессно-ориентированного бюджетирования можно не только определить объем потребляемых ресурсов, но и, используя соответствующие показатели результативности, осуществить контроль за владельцами процессов, оценить и проанализировать эффективность отдельно взятого процесса в достижении стратегических целей.

Процессно-ориентированное бюджетирование (Activity Based Budgeting – АВВ) концентрирует внимание на операциях, осуществляемых в рамках бизнес-процессов. Это не только планирование, такое бюджетирование тесно взаимосвязано с учетом, контролем и анализом, поэтому его следует рассматривать как процесс бюджетного управления.

Однако при построении бюджетного управления в процессно-ориентированных структурах промышленного предприятия возникает необходимость пересмотра его финансовой структуры. «Формирование организационной структуры зачастую приходится делать итерационно, перестраивая финансовую структуру и внося корректировки в случае выявления недочетов при постановке системы бюджетного управления. Постановка бюджетного управления предусматривает: разработку финансовой структуры предприятия; разработку его бюджетной структуры» [4, с. 190].

В экономической литературе представлены различные подходы к разработке финансовой структуры предприятия.

По мнению Е.В. Зубаревой, финансовая структура – организация центров ответственности, определяющая их подчиненность, полномочия и ответственность, предназначенная для управления деятельностью предприятия, которая разрабатывается на основе его организационной структуры. С этой целью из организационных структурных подразделений предприятия формируют центры финансовой ответственности [2].

Финансовую структуру промышленного предприятия Н.В. Владымицев и А.С. Денисова представляют как «совокупность взаимоувязанных и соподчиненных центров ответственности, которая основана на организационно-функциональной структуре, но не всегда с ней совпадает» [1].

С нашей точки зрения, финансовую структуру промышленного предприятия при достижении стратегических целей, следует рассматривать как финансово-целевое структурирование, основанное на механизме делегирования полномочий и распределения ответственности за финансово-экономические показатели деятельности бизнес-процессов. Обязательным условием при этом является то, что финансово-целевая структура должна соответствовать структуре бизнес-процессов промышленного предприятия и стратегическим целям, поставленным перед хозяйствующей системой.

Считаем, что именно это обстоятельство позволит оценить результаты деятельности каждого владельца бизнес-процесса, который имеет свой бюджет, обеспечив при этом эффективное управление. Инструментом реализации данного подхода и выступает процессно-ориентированное бюджетирование.

Процессно-ориентированное бюджетное управление, основываясь на финансово-целевой структуре процессно-ориентированного управления, представляет собой систему управления промышленного предприятия по центрам финансовой ответственности с помощью бюджетов, которое позволяет достичь стратегических целей.

При таком понимании процессно-ориентированное бюджетирование становится основным инструментом выполнения общих функций стратегического управления, планирования, организации, учета, контроля, анализа и регулирования затрат. Процессно-ориентированное бюджетирование позволяет определить влияние бизнес-процесса на величину и структуру потребляемых ресурсов; рационально распределить ответственность за показатели; позволяет провести увязку целей бизнес-процессов со стратегическими целями предприятия.

Процессно-ориентированное стратегическое бюджетирование затрат промышленного предприятия предполагает разработку такой финансово-целевой организационной структуры управления затратами, которая создавала бы условия комплексного взаимодействия всех ее элементов для

обеспечения экономного и рационального осуществления затрат. Данная цель может быть достигнута в условиях комплексного воздействия всех функций управленческого цикла: анализа, планирования, организации, контроля, учета и регулирования.

Финансово-целевая структура процессно-ориентированного управления затратами промышленного предприятия – это структура, где при одновременном разграничении ответственности между владельцами процессов за уровень отдельных показателей по затратам происходит процесс интегрирования информации по управлению ими и владелец процесса приближается к местам формирования затрат при достижении стратегических целей.

Создание таких финансово-целевых структур требует, чтобы в плановой, учетно-контрольной и аналитической информации содержались сведения не только об экономической природе возникновения затрат, но и пространственно-временные характеристики мест их возникновения, причинно-следственные связи, которые обусловили происхождение затрат, а также отклонения по результатам достижения стратегических целей.

Преимущества перехода к управлению затратами по бизнес-процессам очевидны. Разделение ответственности между владельцами процессов за уровнем затрат позволяет определить, кто и за что на предприятии реально отвечает, оценить результаты и скоординировать действия ответственных лиц, создать эффективную систему мотивации сотрудников для выполнения операций (функций).

Для внедрения финансово-целевой структуры процессно-ориентированного управления затратами промышленного предприятия, достижения стратегических целей, необходимо осуществить ряд мероприятий. Среди них: создание системы информационного обеспечения, необходимой для измерения эффективности выполнения бизнес-процесса и видов деятельности, входящих в него, а также осуществления контроля, оценки и анализа результатов, полученных при достижении стратегических целей. Основным информационным источником в данной системе является стратегический управленческий учет, который призван обеспечить формирование релевантной информации для принятия управленческих решений.

Библиографический список

1. Владимцев Н.В., Денисова А.С. Формирование системы бюджетирования промышленных предприятий: внутренний регламент и иерархия центров финансовой ответственности // Экономический анализ: теория и практика. 2008. № 6 (111). С. 48.

-
2. Зубарева Е.В. Оперативный учет и контроль как составляющие процесса бюджетирования строительных организаций // Экономический анализ: теория и практика. 2009. № 12 (141). С. 46.
 3. Каверина О.Д. Управленческий учет. М.: Финансы и статистика, 2003.
 4. Немировский И.Б., Стражукова И.А. Бюджетирование: от стратегии до бюджета – пошаговое руководство. М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2006.
 5. Пузов Е.Н., Яшин С.Н. Подходы к оценке и анализу эффективности бизнеса в рамках процессно-ориентированного управления // Экономический анализ: теория и практика. 2007. № 16 (97). С. 9.

Контактная информация:

e-mail: sergaskhab@mail.ru

**РЕГИОНАЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ
ОТНОШЕНИЙ НА ОТРАСЛЕВОМ РЫНКЕ
(НА ПРИМЕРЕ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО
ОКРУГА)**

**REGIONAL REGULATION OF COMPETITIVE RELATIONS
WITHIN ECONOMIC SECTOR
(THE EXAMPLE OF PRIVOLZHISKY FEDERAL DISTRICT)**

Л.И. АСХАТОВА, аспирант

Кафедра промышленной коммерции и маркетинга

Казанский национальный исследовательский технический
университет им. А.Н. Туполева

L.I. ASKHATOVA, postgraduate student

Industrial Commerce and Marketing Department

Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev

Аннотация

В статье исследованы в историко-генетическом аспекте изменения в содержании, структуре и функциях конкуренции; уточнено содержание регионального рынка промышленных товаров. Определены особенности регулирования конкурентных отношений на материалах экономических агентов, действующих в Приволжском федеральном округе.

Abstract

The paper investigates changes in contents, structure and management functions of competition in historical genetic aspect, clarifies the contents of regional industrial enterprise's products market. Specific features of competition relations are revealed on the basis of materials concerning economic agents functioning in Privolzhsky federal district.

Ключевые слова: отраслевой рынок, регион, отрасль, конкурентные отношения, конкуренция, конкурентный потенциал отрасли, макрорегиональный рынок, районирование, товарный поток, методы регионального регулирования.

Keywords: economic sector market, region, economic sector, competition relations, competition, competitive potential of an economic sector, macroregional market, zoning, product flow, regional regulation methods.

Результатом качественной трансформации российского общества в соответствии с рыночным вектором социально-экономического развития стало формирование конкурентных отношений, которые могут рассматриваться в качестве самостоятельного фактора поступательного движения отечественной экономики. Этому способствовали проведенные структурные преобразования, включающие трансформацию отношений собственности, создание формальных и неформальных институтов, определяющих предсказуемую среду экономических трансакций агентов и обеспечивающих аллокативную эффективность в точках приложения их усилий. В то же время разновекторность и нестабильность институциональной среды предпринимательства, дальнейший рост административных барьеров ведения хозяйственной деятельности, ограничение полноты и симметричности информации, сужающее возможность выбора властных структур и снижающее эффективность контроля последствий принятых ими решений, рост уровня бюрократизации управления экономикой определяют сохранение компенсационного характера экономического роста и низкую конкурентоспособность отечественных субъектов хозяйствования, отрицательно влияют на рейтинг страны для инвесторов.

Региональный рынок промышленных товаров – это совокупность высоколокализованных социально-экономических отношений воспроизводства, формируемых под влиянием особенностей спроса и предложения каждого территориально-административного образования с учетом адекватных методов координации экономической деятельности. Новой формой территориальной институции и организации особого социально-экономического пространства, образующегося в процессе взаимного переплетения и проникновения ресурсов и условий воспроизводства, объединяемых в единую хозяйственную систему регионов, является макрорегион. Формирование макрорегионального рынка в рамках федеральных округов является результатом обобществления существовавшей системы территориального регулирования и управления региональным развитием, становятся интегрированными единицами деления экономического пространства в отличие от экономических районов, природно-экономических зон или регионов в границах субъектов Российской Федерации. Они создают предпосылки совершенствования общих условий воспроизводства на основе укрепления кооперационных связей субъектов хозяйствования. Отличительные особенности макрорегиональных рынков определяются масштабами и мерой неоднородности и вовлеченности экономических ресурсов в хозяйственный оборот; отраслевой концентрацией и специализацией; межотраслевыми пропорциями; вертикальной и горизонтальной интеграцией; уровнем технологичности и наукоемкости производства; сосредоточением, транзитными направлениями и векторами тяготения транспортно-коммуникационных связей; организацией отношений собственности, предпринимательства, рынков и механизмов регулирования товарных по-

токов; многонациональностью, многоконфессиональностью и социально-политической конфликтностью региональных сообществ; государственным статусом, приграничностью, привлекательностью территории для мигрантов и внешних конкурентов. Механизм формирования и функционирования макрорегионального рынка промышленных товаров представляется как взаимодействие объективных отношений в сфере производства, распределения, обмена и потребления товаров производительного потребления, сложившихся на данной территории. Макрорегиональные рынки не обособлены друг от друга, что выступает одним из факторов развития конкуренции. Классификация макрорегиональных рынков по принципу их деления по уровню социально-экономического развития в условиях рыночных отношений может быть дополнена делением по факторам ценообразования. Выделение макрорегионального рынка промышленных товаров сводится к определению его центра, в качестве которого может выступать предприятие или интеграционное образование, что позволяет решать задачи районирования с учетом величины транспортных тарифов.

Макрорегиональный рынок продукции шинной промышленности является специфической, олигополистически организованной системой отношений, возникающих между производителями, продавцами и потребителями по поводу купли-продажи промышленных товаров на основе спроса и предложения, и обеспечивающих взаимодействие участников как срочных, так и растянутых по времени опционных сделок [3].

После периода спада производства, длившегося с 1990 г. по 1995 г., в результате которого выпуск шин снизился на 60%, с 1996 года отечественная шинная промышленность демонстрирует устойчивую динамику роста объемов производства, которая вызвана продолжающимся возрастанием автомобильного парка, увеличением производства автомобилей и оживлением оборонного комплекса [1].

Безусловным лидером по производству данной продукции является Приволжский федеральный округ, который произвел в 2010 году 47,6 % всех российских шин (объем производства составил 19238 тыс. штук, темп роста 107,1%). Остальные федеральные округа целесообразно классифицировать на развивающиеся (Центральный, Сибирский) и находящиеся на фазе спада (Южный, Уральский). Северо-западный федеральный округ характеризуется динамичным развитием, но незначительным по масштабам производства.

Значительную долю общероссийского производства автомобильных шин обеспечивает Республика Татарстан (доля составляет 30,2%), Кировская, (17,4%), Омская (12,95%) области. Данные регионы относятся к группе с высокими масштабами производства и средними по отрасли темпами развития (106,9% в 2010 г. в Республике Татарстан, 107,47% – в Кировской области, 102,37% – в Омской области [4].

Российский рынок шинной продукции характеризуется высокой степенью монополизации, где на долю трех основных участников (ОАО «Татнефть», ОАО «СИБУР-холдинг», ОАО «Амтел») приходится 91% от общего объема произведенных в России шин. Наиболее острая конкурентная борьба на отечественном рынке отмечается в сегменте легковых шин. Российские производители вынуждены конкурировать как между собой, так и с иностранными компаниями, на долю которых приходится около 20% рынка, в том числе 11% составляет продукция из стран СНГ (Украины и Республики Беларусь).

Показатель индекса концентрации не отражает долю предприятий на рынке данной продукции, которые не попали в выборку k , а также об относительной величине предприятий из выборки, что обуславливает неточность при его использовании. Индекс Херфиндаля-Хиршмана (HHI) (сумма квадратов долей всех предприятий, действующих на рынке) предоставляет сопоставимую информацию о возможности отдельных субъектов хозяйствования влиять на рынок в условиях разных рыночных структур. В 2010 г. индекс HHI равен 0,1894 или 1894. Если бы рынок легковых шин был поровну поделен всеми участниками рынка, то HHI имел бы следующее значение: $HHI=0,083^2=0,006889$. Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что российский рынок легковых шин характеризуется средней степенью концентрации $45% < CR_3 < 70%$.

Значение индекса Херфиндаля-Хиршмана прямо связано с показателем дисперсии рыночных долей, который используется для измерения неравенства размеров фирм, действующих на рынке.

Барьерами «входа» на рассматриваемый рынок являются: значительные первоначальные капиталовложения; абсолютное преимущество в издержках, созданное за счет доступа к более дешевым источникам ресурсов и опыта экономии издержек у действующих предприятий, наличия исключительных каналов поставки, часто находящиеся под управлением производителей; таможенные пошлины на ввозимые комплектующие изделия, а также издержки сертификации продукции в соответствии с международными стандартами качества. Указанные входные барьеры связаны с фундаментальными условиями функционирования рынка, т.е. являются нестратегическими (структурными), поскольку выступают для хозяйствующих субъектов как внешняя данность. Стратегические барьеры, создаваемые отечественными производителями, связаны с лоббированием собственных интересов в правительственных органах.

Преимущество отечественных производителей шин на российском рынке в настоящее время заключается в относительно низкой цене на свою продукцию. С каждым годом объем и доля иностранных шин на российском рынке увеличивается: в 2005 г. она составляла 12%, в 2008 г. – 14%, а в 2010 г. – 20,2%, или 11,5 млн. штук. Увеличение доли продукции иностранных производителей в России свидетельствует о низком качестве отечествен-

ных шин. При этом в качестве «серого» импорта в Россию было ввезено 3 млн. штук шин (5,3% от общего объема рынка) [4].

Таким образом, низкий уровень конкурентоспособности российских производителей шин определяют необходимость выработки региональных мер экономической политики в отношении отраслевого рынка, нацеленных на создание условий для повышения конкурентоспособности отечественных производителей.

Проведенный анализ зависимости объемов потребления продукции, производимой ОАО «Нижекамскшина» показал, что чем выше уровень среднедушевых доходов населения в Республике Татарстан и больше количества импортных машин, тем меньше объемы потребления продукции ОАО «Нижекамскшина», что свидетельствует о переходе потребителей на других производителей.

Анализ состояния конкурентных отношений на рынке шинной промышленности и факторов конкурентоспособности производителей (на примере ОАО «Нижекамскшина» показывает, что необходимо провести реконструкцию и техническое перевооружение устаревшего оборудования и устанавливать новые путем внедрения инновационных достижений науки и техники. Предприятию необходимо разрабатывать конкурентную стратегию, направленную на сохранение конкурентного преимущества на региональном и национальном рынках. Основным фактором выбора конкурентной стратегии являются институциональная среда, на котором действует предприятие, и позиция, которую оно занимает в пределах отраслевого и регионального рынка.

Институциональная среда конкурентных отношений на мезоуровне трактуется в работе как система региональных и национальных формальных и неформальных институтов. На основании анализа эмпирических данных нами выделены несколько определяющих факторов, которые формируют институциональную среду конкуренции в российских регионах. Первый фактор – «транзакционно-инфраструктурный», который определяется характеристиками среды с точки зрения издержек, связанных с использованием инфраструктурой: транспортом, складами, услугами таможенных служб, администраций. Второй фактор – «административных предпочтений» предполагает характеристики административных предпочтений бизнесу, условий доступа к государственному заказу и кредитной инфраструктуре. Третий фактор – «региональной экономической политики», характеризуется деятельностью администрации региона в области экономического законодательства и политики относительно финансового сектора. Четвертый фактор – «собственности» – характеризуется ресурсной базой предпринимательства (эффективность распределения прав собственности) [2].

Таким образом, целью регионального регулирования в области конкурентного взаимодействия является становление институциональных

условий господства норм рыночной конкуренции современного типа и их поддержки государством на макро- и мезоуровнях. При этом сложившиеся формы конкурентного взаимодействия должны, с одной стороны, соответствовать условиям глобально-интегрированной конкуренции, а, с другой стороны, учитывать специфику процессов регионализации.

Библиографический список

1. Третьяк В.П. Фирма как субъект отраслевого рынка // Российский экономический журнал. 2002. № 2. С. 96.
2. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия и управление. М.: ИНФРА-М, 2000.
3. Шубина В.Ю. Повышение конкурентоспособности в условиях экономического глобализма за счет привлечения иностранных инвестиций. Симферополь: ТНУ имени В.И. Вернадского, 2001. С. 10.
4. Данные Министерства экономического развития РФ. Электронный ресурс. Режим доступа:
http://www.budgetrf.ru/Publications/mert_new/2011/MERT_NEW201102261043/MERT_NEW201102261043_p_004.htm

Контактная информация:

8 (843) 2-310-079

e-mail: argo@pochta.ru

АНАЛИЗ НАУЧНЫХ ШКОЛ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ИХ ПРИМЕНИМОСТИ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

ANALYSIS OF MAIN SCIENTIFIC APPROACHES IN STRATEGIC MANAGEMENT AND THE POSSIBILITY OF THEIR IMPLEMENTATION IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY RUSSIAN ECONOMY

А.З. БАГАУТДИНОВА, аспирант

Кафедра промышленной коммерции и маркетинга

Казанский национальный исследовательский технический
университет им. А.Н. Туполева

A.Z. BAGAUTDINOVA, postgraduate student

Industrial Commerce and Marketing Department

Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev

Аннотация

В статье представлена эволюция представлений о сущности и инструментах стратегического менеджмента, проанализированы основные положения различных школ стратегического управления, выявлены преимущества и недостатки теоретических подходов и практических рекомендаций, представленных в рамках альтернативных школ и течений, сделан вывод о возможности применения их положений в современной российской экономике при условии учета ее особенностей.

Abstract

The paper deals with evolution of concepts regarding the essence and instruments of strategic management, analyzes the main propositions expressed within different strategic management schools. The main advantages and disadvantages of the mentioned theoretical approaches and practical recommendations are revealed. A conclusion on the possibility of analyzed propositions implementation in the context of contemporary Russian economy is made in the final part of the paper.

Ключевые слова: стратегический менеджмент, школа дизайна, школа планирования, школа позиционирования, школа предпринимательства, когнитивная школа, школа обучения, школа власти, школа культуры, школа окружающей среды, школа конфигурации.

Keywords: strategic management, design school, planning school, positioning school, entrepreneurship school, cognitive school, educational school, power school, culture school, external environment school, configuration school.

В настоящее время стратегический менеджмент представляет собой научную дисциплину, состоящую из различных направлений, которые хотя и разделяют общие базисные принципы дисциплины, но, тем не менее, по-разному расставляют исследовательские акценты, выделяя при этом те или иные методологические приоритеты. Подобные направления называются научными школами, а в случае стратегического управления – школами стратегического менеджмента.

Впервые термин стратегическое управление был введен в обиход на стыке 1960-70 гг. для того, чтобы обозначать разницу между текущим управлением на уровне производства и управлением, осуществляемым на высшем управленческом уровне [1]. Ведущей идеей, отражающей сущность перехода от оперативного управления к стратегическому, явилась идея переноса центра внимания высшего руководства на окружение для того, чтобы соответствующим образом своевременно реагировать на изменения.

В процессе развития стратегической мысли сформировался ряд направлений (школ), которые были систематизированы Генри Минтцбергом, широко известным своим неоднозначным и критическим подходом как к предмету управления, так и к своим коллегам – академикам, занимающимся этой темой [1]. Современная методология стратегического менеджмента ассоциирует данные школы с десятью одноименными основными подходами, используемыми при разработке и в формировании стратегии. По Г. Минтцбергу, существуют следующие школы: школа дизайна, школа планирования, школа позиционирования, школа предпринимательства, когнитивная школа, школа обучения, а также школы власти, культуры, окружающей среды и конфигурации [1].

Они, в свою очередь, подразделяются на три группы. Первые три школы имеют предписывающий характер – их приверженцы скорее описывают, как должны формироваться стратегии, нежели то, как они образуются на самом деле. Так, представители школы дизайна – первой из описанных, доминировавшей в 1960-е годы и ставшей основой для развития двух последующих – рассматривают стратегию как процесс неформального дизайна, т.е. конструирования, проектирования, моделирования [2]. Наиболее интенсивно эта школа начала развиваться после выхода в свет базового учебника «Политика бизнеса», подготовленного группой генерального менеджмента Гарвардского университета. Школа дизайна рас-

смаатривает стратегию в качестве модели соответствия внутренних и внешних возможностей организации. Отправной точкой данной школы является разработка стратегии на основе результатов изучения сил, слабостей, возможностей, угроз или оценки деятельности компании и условий окружающей среды посредством проведения широко известного SWOT-анализа, который является основным методом, применяемым при формировании стратегии в рамках этой школы. Отличительными особенностями этой методологии являются прагматизм, ясность и простота, а также акцент на формирование стратегии развития организации. Модель школы дизайна наиболее адекватна ситуации осуществления радикальных изменений в организации, пережившей период неустойчивости и вступающей в фазу стабильности. Также модель школы дизайна может применяться в новой организации, имеющей потребность в четком курсе, что позволит ей на равных соперничать с более опытными конкурентами или позиционировать себя в нише, свободной от их прямого влияния.

Вторая школа, расцвет которой пришелся на 1970-е годы, рассматривала стратегию как относительно независимый процесс формального планирования. Основоположителем школы планирования является Игорь Ансофф, опубликовавший в 1965 году книгу «Корпоративная стратегия». Модель школы стратегического планирования по своим исходным положениям во многом пересекается со школой дизайна, базируясь на анализе внутренних и внешних возможностей организации – ее сильных и слабых сторон, а также внешних возможностей и угроз [2]. Результаты анализа представляют в виде методик и таблиц, после чего разрабатываются цели, задачи, а также бюджет и операционные планы. В целом школа стратегического планирования придерживается концепции, основанной на утверждении, что процесс разработки стратегии – это набор формализованных процедур проектирования, программирования и планирования. Единственным принципиальным отличием школы планирования от школы дизайна является то, что простая неформальная модель школы дизайна превращается в рамках школы планирования в строго определенную последовательность шагов; стратегия здесь является результатом контролируемого, осознанного процесса формального планирования, разбитого на отдельные шаги, схематически изображенного в виде контрольных таблиц и поддерживаемого соответствующими моделями.

Специфика двух перечисленных моделей в контексте российской экономики вполне очевидна. Несмотря на кажущуюся простоту и компактность их исполнения, в реальной управленческой среде всегда действует ряд факторов, которые в них не учитываются, а их действие принципиально отличается от положений данных моделей. Излишняя формализация экономических процессов необоснованно упрощает сложный процесс стратегического управления.

Сторонники третьей школы – позиционирования, заявившей о себе в 1980-е, впервые сосредоточились не на планировании стратегии, а на ее содержании. В качестве важнейшей задачи ее последователи рассматривали принципы выбора стратегии в соответствии с позиционированием фирмы на рынке [2]. К этой школе принадлежат достижения консалтинговых компаний BostonConsultingGroup – BCG (разработка матрицы «Рост рынка/Доля рынка») и McKinsey, так называемая вторая волна школы позиционирования, базирующаяся на консалтинговых императивах. Однако интенсивное развитие школа позиционирования получила после выхода в свет в 1980 г. Книги основоположника третьей волны школы позиционирования, посвященной развитию эмпирических учений, Майкла Портера «Конкурентная стратегия», когда школы дизайна и планирования постепенно стали утрачивать свое значение. Майкл Портер предложил и детально проработал три взаимосвязанных концепции, доведя их до уровня практических методик: конкурентный анализ, конкурентное преимущество компании и построение на его основе конкурентной стратегии и цепочка ценностей.

Школа позиционирования, в отличие от школ дизайна и планирования, предлагает ограничить для каждой организации, оперирующей в конкретной отрасли число стандартных стратегий, которые могут дать желаемые результаты, позволяющие компании обеспечить конкурентные позиции в отрасли, то есть конкретные преимущества, которые фирма получает на рынке.

При анализе второй группы школ стратегического планирования можно выделить следующие 6, которые носят описательный характер, так как ими рассматриваются прежде всего процессы формулирования стратегии [3]. К ним относятся: школа предпринимательства, когнитивная, обучения, школа власти, культуры, внешней среды.

В целом можно отметить, что сторонников школ данной группы в большей мере интересует не столько идеальное стратегическое поведение, сколько описание процессов разработки стратегий, попытка структурировать стратегию и представить ее как своеобразный результат предвидения будущего на основе предварительного анализа. Представители школ этой группы стремятся объяснить принципы формирования стратегии и реализации процесса во времени. Наиболее последовательно эта позиция разрабатывалась когнитивной школой, которая выбрала своей методологической основой когнитивную психологию и на этой основе пыталась проникнуть в сознание управленца, принимающего решения. Указывая на то, что стратегия является продуктом человеческого разума, индивидуально или коллективного, он подчеркивает необходимость понять, «как разум обрабатывает информацию и разрабатывает стратегию» [3]. Однако когнитивная школа на данный момент не обладает достаточным количеством научно-практических разработок, на сегодняшний день упор когнитивной

психологии, на которой базируется данная методика, делается на ограниченных возможностях индивида собирать нужную информацию и обрабатывать ее, что ведет к субъективным или искаженным выводам. Возможно, дальнейшая разработка этой модели может привести к новым теориям и линиям поведения в стратегическом управлении. Это весьма перспективное по своей сути направление, которое могло бы взяться на вооружение российскими теоретиками стратегического менеджмента.

Другие школы этой группы пытаются преодолеть неопределенности, связанные с поведением индивида, и детерминистски проанализировать процесс стратегического управления. Так, представители школы обучения считали, что стратегия должна разрабатываться шаг за шагом по мере развития, самообучения организации [3]. Подразумевается, что сложный и непредсказуемый характер внешней среды организации, часто в совокупности с необходимостью постоянно обновлять необходимые для выработки стратегии знания, препятствует осуществлению взвешенного контроля. В этой ситуации выработка стратегии должна прежде всего обрести форму процесса обучения – по крайней мере, в тот период, когда формулирование и внедрение становятся неразделимыми. Процедура обучения носит развивающийся характер, через поведение, которое способствует ретроспективному мышлению, направленному на осмысление предпринимавшихся действий. Стратегические инициативы осуществляются теми, у кого есть способности для обучения.

Подытоживая рассуждения различных авторов на предмет анализа многочисленных просчетов и дефектов стратегического управления в РФ, можно заявить, что модель эффективного процесса стратегического менеджмента должна обладать следующими свойствами:

- быть системной, то есть связывать в единое целое все основные элементы стратегического процесса и учитывать взаимосвязи между ними;
- быть реалистичной, отображать процессы стратегического управления, в первую очередь связанные с человеческим фактором в управлении, логические взаимосвязи между ними;
- последовательной – каждый этап процесса стратегического менеджмента должен быть логично связан с предшествующим и последующим этапами;
- обеспечивать управление процессом внедрения стратегии на основе создания систем стратегического контроля и управления реализацией стратегии;
- учитывать периодичность (цикличность) процесса, разработки, реализации и коррекции стратегий;
- быть гибкой, ведь по мере необходимости в процессы разработки и внедрения стратегии могут вноситься изменения.

Изменения, которые произошли в экономике и общественной жизни России, в еще большей мере требуют от руководителей всех уровней уме-

ния видеть перспективы, принимать стратегические решения и оценивать долгосрочные последствия этих решений с участием консультантов и экспертов, реализовывать предпринимательские идеи. У подавляющего большинства российских предприятий нет ни практического опыта в организации решения стратегических проблем, ни осознания своей ответственности за последствия принимаемых решений. Переходный период в российской экономике характеризуется скорее накоплением опыта выживания, адаптации к экстремальным условиям, нежели развитием способностей принятия стратегических решений по обеспечению долговременного предпринимательского успеха [5]. В то же время выход из кризиса и переход к устойчивому развитию невозможны без становления на российских предприятиях систем эффективного стратегического менеджмента.

Необходимость освоения и практического применения стратегического менеджмента – одно из следствий получившей в мире развитие новой философии менеджмента, которая, в отличие от прежних подходов, базируется на идеях согласия, согласования интересов и сотрудничества. Современным менеджерам наряду с интеллектом, образованностью и аналитическими способностями всё больше необходимы умение мыслить стратегически и предпринимательские способности, в основе которых лежит творческий подход и стремление к нестандартным решениям, склонность к риску, кругозор, умение использовать знания консультантов, деловой опыт и напористость.

Применение новой модели процесса стратегического менеджмента в компаниях, органах государственного и регионального управления, местного самоуправления, обеспечивает руководителей и менеджеров научной методологией стратегического управления, дает возможность избежать типичных ошибок, повышает конкурентоспособность компаний и будет способствовать их защите от агрессивной конкуренции.

Развитие теории стратегического менеджмента в условиях динамичных изменений во всех сферах является одним из основных факторов успешного развития компаний и экономик стран в целом.

Библиографический список

1. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 2000.
2. Зайцев Л.Г., Соколова М.И. Стратегический менеджмент: учебник. М.: Экномистъ, 2005. 416 с.
3. Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Стратегическое управление: учебник. 2-е изд. М.: ОМЕГА-Л, 2006.
4. Лапин А.Н. Стратегическое управление современной организацией // Управление персоналом. 2006.

5. Котельников В.Ю. Тен3: Стратегическое управление. Принципиально новые подходы для эпохи быстрых перемен. М.: Эксмо, 2007.

Контактная информация:

8 (843) 2-310-079

e-mail: argo@pochta.ru

**РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ
СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА
НАЦИОНАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО
ТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**DEVELOPMENT AND IMPLEMENTING
TOTAL QUALITY MANAGEMENT SYSTEM
IN HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTION AS A PART
OF HIGHER PROFESSIONAL EDUCATION DEVELOPMENT
IN CONTEMPORARY RUSSIA**

Н.Г. БАГАУТДИНОВА, д.э.н.

Зав. кафедрой промышленной коммерции и маркетинга
Казанский национальный исследовательский технический
университет им. А.Н. Туполева

О.Б. СТОЛЯРОВ, к.э.н., доцент

Кафедра промышленной коммерции и маркетинга
Казанский национальный исследовательский технический
университет им. А.Н. Туполева

N.G. BAGAUTDINOVA, Doctor of economic sci.

Head of Industrial Commerce and Marketing department
Kazan National Research Technical University

O.B. STOLYAROV, Cand. of economic sci., Ass. professor

Industrial Commerce and Marketing department
Kazan National Research Technical University

Аннотация

В статье предложена организационная процедура формирования подсистемы менеджмента качества структурного подразделения технического университета в соответствии со стандартами ИСО серии 9000.

Abstract

The paper suggests organizational procedure for forming total quality management subsystem for a single department of higher educational institution according to ISO 9000 standards.

Ключевые слова: система менеджмента качества, образовательная организация, образовательная услуга, бизнес-процессы, стандарты серии ИСО серии 9000.

Keywords: quality management system, educational organization, educational service, business processes, ISO 9000 standards.

Состояние системы общего и профессионального образования определяет в значительной степени направления и темпы социально-экономического развития, что предполагает необходимость разработки и реализации активной политики государства, направленной на формирование благоприятных условий для устойчивого функционирования и поступательного развития национальной образовательной сферы.

Процесс трансформации высшей школы в России проходил в период глубочайшего социально-экономического кризиса, перехода общества из одного системного состояния в другое и характеризовался преобладанием разрушительных тенденций над созидательными. Преодоление структурных диспропорций предполагает необходимость внедрения прогрессивных инноваций, ориентированных на удовлетворение потребностей государства, предпринимательского сообщества и отдельных индивидов, а также на поддержание эффективной системы национальной безопасности, что, в свою очередь, формирует новые требования к качеству подготовки кадров высшей квалификации и специалистов реального и финансового секторов экономики. В связи с этим представляется целесообразным перенести центр тяжести реформирования системы высшего профессионального образования на уровень вузов, что позволяет при минимально возможных затратах государства инициировать и активизировать созидательный труд высококвалифицированных научно-педагогических коллективов, большая часть которых с высокой долей оптимизма оценивают перспективы развития образовательных организаций.

Обеспечение прочных рыночных позиций образовательных организаций в условиях нестабильности внешней среды вследствие незаконченности институциональных преобразований в российской экономике и реальных угроз глобализации предполагает наличие эффективной системы сервисного менеджмента в его внутриорганизационных и внешних (стратегических) функциях, включающей в качестве одного из важнейших компонентов управление качеством образовательных услуг. Противоречие между тенденциями повышения качества и роста эффективности производства, выступающее основной причиной неуспеха при внедрении систем менеджмента в российских организациях сферы образования может быть разрешено только путем управления качеством, которое носит системный характер и охватывает весь жизненный цикл образовательных услуг. Та-

ким образом, разработка и внедрение системы менеджмента качества образовательных организаций обеспечивает внедрение современной и эффективной системы управления.

Вместе с тем следует признать, что, несмотря на неослабевающее внимание со стороны отечественных и зарубежных исследователей к проблемам создания эффективных систем менеджмента качества, имеются трудности понимания самой природы добровольных стандартов, их соотношения с методами государственного регулирования образовательной сферы, наблюдается противодействие части профессорско-преподавательского состава и учебно-вспомогательного персонала новациям в системе управления и др. Все это определяет актуальность темы исследования.

Анализ систем менеджмента качества образовательных организаций позволяет выделить среди них две группы СМК:

1. Системы менеджмента качества образовательных организаций, функционирующие при активной роли официальных органов в лице министерств, агентств и акцентирующие внимание на оценке со стороны последних. Механизм государственного контроля за состоянием СМК реализуется через лицензирование, аккредитацию, построение рейтингов, распределение финансовых ресурсов. Подобные СМК характерны для образовательных организаций большинства европейских (Франция, Германия) и скандинавских (Швеция) государств.

2. Системы менеджмента качества образовательных организаций, функционирующие при отсутствии традиционных органов государственного управления, что предполагает усиление роли и значимости самооценки при их формировании (США, государства Юго-Восточной Азии). В настоящее время роль и значимость подходов, характерных для данной группы СМК, в мировом образовательном пространстве усиливаются.

Анализ существующих подходов и практики управления качеством российской образовательной деятельности свидетельствует о преимущественной ориентации образовательных организаций на выполнение государственных образовательных стандартов, разработанных сотрудниками самих образовательных организаций, контроль формальных требований к организации процесса обучения и оценку качества образования на основе аттестации обучающихся (практически всегда не достаточно связанной с требованиями к их последующей деятельности).

Система менеджмента качества трактуется в работе как всеобъемлющая система, интегрированная в качестве ключевой составляющей в единую систему менеджмента, как стратегического, так и операционного уровня. Это предопределяет ее уникальность для каждой организации и в то же время позволяет разрабатывать и применять системную инвариантную методику исследования и построения СМК для каждой образовательной организации. Область применения системы менеджмента качества ву-

за - это образовательный процесс, основной продукцией которого являются образовательные услуги. Учебно-методическая и интегрированная продукция на базе научно-технической продукции и образовательных услуг нами отождествляется с вспомогательной продукцией, обеспечивающей требуемый уровень качества результатов образовательного процесса. В связи со спецификой деятельности вуза из требований к СМК исключены требования к валидации процессов производства.

К числу основных особенностей российских вузов как объектов создания СМК нами были отнесены наличие разветвленной организационной структуры трех уровней управления: университет, факультет (институт), кафедра; большое число поставщиков и внутренних потребителей, значительное количество внутривузовской документации. Субъектами образовательного процесса выступают потребители (абитуриенты, студенты, родители, предприятия и организации); Министерство образования и науки РФ, администрации субъектов Федерации, совет ректоров вузов регионов, службы занятости, средства массовой информации, средние учебные и специальные учебные заведения; работники вуза.

Система менеджмента качества вуза должна быть направлена на процессы предоставления образовательных услуг, качество которых и определяет потенциальную возможность учебного заведения предоставлять услугу, отвечающую требованиям ее потребителей. Организации, занимающиеся предоставлением образовательных услуг, имеют ряд отличительных характеристик: они не производят овеществленной продукции; потребление услуг начинается в процессе их предоставления; большая часть персонала учебного заведения непосредственно контактирует с внешним потребителем; в процессе оказания услуги потребитель воспринимает и оценивает (иногда на уровне подсознания) академический уровень, профессиональные знания, социальные навыки сотрудников образовательной организации; границы предоставленных услуг различны: они могут быть реализованы на основе стандартной образовательной программы или учебного плана, а в отдельных случаях предоставляются на основе соглашения между образовательной организацией и потребителем (корпоративным или частным); управление процессом предоставления большинства образовательных услуг имеет характер, схожий с управлением проектом. В этих условиях должны быть определены этапы получения и оценки промежуточных и конечных результатов. Эти общие характеристики принципиально отличают процесс предоставления услуг от производственного процесса и приводят к необходимости специальной интерпретации системы управления качеством для сферы образовательных услуг.

Цикл работ по созданию системы менеджмента качества в соответствии со стандартами серии ИСО серии 9000 можно разбить на 3 последовательных этапа.

Этап 1. Организация разработки системы, результатами которой являются разработка программы проведения работ по созданию системы качества; организация изучения стандартов ИСО; анализ существующей системы менеджмента качества образования (или имеющихся элементов) с точки зрения стандартов ИСО и выявление несоответствий; разработка и реализация мер по приведению системы менеджмента качества в соответствие с выбранными стандартами или с документами, комплексно синтезированными на основе стандартов ИСО серии 9000.

Этап 2. Создание и введение в действие документации СМК, что предполагает разработку документации, ознакомление с ней сотрудников и, в случае необходимости, студентов.

Этап 3. Подготовка системы качества к сертификации.

Построение системы менеджмента качества может проводиться как на уровне вуза в целом, так и на уровне отдельного структурного подразделения. Во втором случае более целесообразным является создание СМК кафедры вуза, которые являются самыми многочисленными подразделениями, несущими основную учебную, воспитательную, методическую и научную нагрузки. В связи с этим эффективное управление отдельной кафедрой является залогом качественного управления всем вузом. На кафедре протекают все процессы жизненного цикла образовательной услуги. Отдельные кафедры по собственной инициативе могут принять решение о повышении качества образования, используя инструменты СМК, с целью внедрения новаций для улучшения качества образовательных услуг и реализации коллективной ответственности за результативность и эффективность деятельности. СМК кафедры вуза, соответствующая требованиям ГОСТ Р ИСО 9001-2001 (ISO 9001:2000), может служить показательным примером для других подразделений и служб университета, а ее деятельность в области качества позволит выявить проблемы и оценить масштабы работ для каждого подразделения и вуза в целом, а также снизить негативное отношение к внедрению СМК со стороны коллектива вуза.

Согласно рекомендациям ГОСТ Р ИСО 9001-2001, в процессы, необходимые для системы менеджмента качества, следует включать процессы управленческой деятельности руководства (ответственность руководства), обеспечения ресурсами (менеджмент ресурсов), процессы жизненного цикла продукции (бизнес-процессы) и измерения (измерения, которые определены как макропроцессы первого уровня). Макропроцессы «Ответственность руководства», «Менеджмент ресурсов», «Измерение, анализ, улучшение» декомпозировались на макропроцессы второго уровня в соответствии с пунктами этих разделов в ГОСТ Р ИСО 9001-2001. Нами определено, что бизнес-процессы или процессы жизненного цикла продукции вуза можно разделить на следующие макропроцессы второго уровня: процессы, связанные с потребителями; довузовская подготовка; отбор абитуриентов; проектирование; учебно-организационная деятельность; методи-

ческая деятельность; учебная деятельность; дополнительное образование; воспитательная работа; распределение выпускников; идентификация и прослеживаемость; управление инфраструктурой; управление устройствами для мониторинга и измерения. Макропроцессы второго уровня «Менеджмент ресурсов» и «Процессы жизненного цикла продукции» разбиваются как на третий, так и на четвертый уровень (микропроцессы). Макропроцесс второго уровня «Управление инфраструктурой» декомпозируется на сеть процессов третьего уровня, включающего управление аудиторным фондом; обеспечение безопасности; материально-техническое обеспечение; планово-финансовую деятельность; управление информационными ресурсами библиотеки; управление информационными и техническими ресурсами. Макропроцессы второго уровня «Ответственность руководства» и «Измерение, анализ и улучшение» декомпозируются сразу на четвертый уровень, т.е. на микропроцессы (единичные процессы).

Экспертным методом установлено, что макропроцессы первого и второго уровней почти на 100 % аналогичны во всех вузах, макропроцессы третьего уровня - на 50–60 %, четвертого - в среднем, на 30 %, что обусловлено спецификой деятельности вузов.

В качестве основных требований к СМК кафедры выделены [3]:

1. Требования к документации.

1.1. Политика в области качества и Цели в области качества. Эти документы разрабатываются руководством образовательной организации и кафедры, содержат намерения и направления действий руководства по совершенствованию образовательной услуги (или продукта НИОКР), повышению рейтинга вуза, улучшению экономического положения его сотрудников. Цели в области качества направлены на улучшение процессов управления и разрабатываются на основе Политики.

1.2. Общее Руководство по качеству кафедры описывает процессы системы менеджмента качества и их взаимодействие друг с другом, устанавливает полномочия и ответственность, включает в себя документированные процедуры.

1.3. Документированные процедуры представляют собой установленные способы осуществления деятельности или процесса в виде методик, положений и др.

1.4. Рабочие документы устанавливают конкретные требования к отдельным частным задачам, к которым относятся функциональные обязанности сотрудников, методические руководства, правила, рекомендации и др.

1.5. Записи, которые представляют собой документы, содержащие достигнутые результаты или свидетельства осуществленной деятельности: (решения Ученого совета образовательной организации, факультета, ректората, деканата, акты, отчеты, и др.).

2. Ответственность руководства в СМК. Руководство кафедры должно отвечать за обеспечение указанных ниже действий: доведение до сведения профессорско-преподавательского состава и учебно-вспомогательного персонала необходимости выполнения требований, определяемых российским законодательством и потребителями; разработку Политики и целей в области качества; обеспечение разработки целей в области качества; проведение анализа со стороны руководства; обеспечение необходимыми ресурсами.

3. Менеджмент ресурсов.

3.1. Заведующий кафедрой обеспечивает и поддерживает в рабочем состоянии необходимую для достижения целей организации инфраструктуру, которая включает производственные и лабораторные помещения и рабочее пространство в них; средства обеспечения, в том числе информационные и коммуникационные технологии (связь, программы, Интернет, локальная сеть оргтехника) и их доступность для студентов и сотрудников кафедры.

3.2. Менеджмент ресурсов охватывает человеческие ресурсы – персонал кафедры, что предполагает определение необходимой компетентности персонала, деятельность которого влияет на качество образовательного процесса; повышение квалификации и оценка результативности профессорско-преподавательского состава и учебно-вспомогательного персонала кафедры; проведение конкурсов на лучшего преподавателя или сотрудника кафедры; распространение опыта кафедры в области воспитания; обеспечение осведомленности сотрудников об актуальности и важности их деятельности для достижения целей в области качества; сбор, анализ и поддержание в рабочем состоянии записей и документов о результатах перечисленных мероприятий в соответствии с разработанными стандартами.

4. Процессы жизненного цикла образовательной услуги кафедры. 4.2. Маркетинг. В рамках этого процесса кафедре необходимо осуществлять следующие виды деятельности: анализ и прогнозирование конъюнктуры рынка образовательных услуг (анализ рынка и потребителей); планирование услуги (определение оптимальных значений объема, качества, ассортимента и оказания образовательной услуги); коммуникационная деятельность (реклама и PR); планирование продвижения образовательных услуг.

4.3. Работа с абитуриентами может быть представлена как подпроцесс процесса «Маркетинг» и может включать работу с потребителями-заказчиками, которая осуществляется путем предоставления им информации об абитуриентах и деятельности вуза и кафедры; работу со СМИ; работу с региональными органами власти и органами местного самоуправления.

4.4. Образовательный процесс является важнейшим этапом жизненного цикла образования. СМК направлена на систематизацию и упорядочение процессов, происходящих в вузе во избежание дублирования дей-

ствий, неэффективного использования ресурсов, которые могут негативно отразиться на качестве образования. Образовательный процесс включает в себя учебно-методическую деятельность; учебно-организационную деятельность; НИОКР; воспитательную деятельность.

5. Измерение, анализ и улучшение. Для достижения качества предоставляемого образования кафедре необходимо планировать и применять процессы мониторинга, измерения, анализа и улучшения.

5.1. Внутренние проверки.

5.2. Особое значение имеет мониторинг и измерение успеваемости студентов. Оценка качества подготовки специалистов осуществляется на основе балльно-рейтинговой оценки знаний студентов по дисциплинам всех блоков учебного плана, соответствия подготовки выпускников требованиям ГОС.

5.3. Для вузов, работающих в условиях конкуренции, залогом успеха является не только исследование требований потребителей, но также оценка их удовлетворенности. Удовлетворенность потребителей должна быть оценена по разработанным показателям для каждой группы потребителей.

6. Корректирующие и предупреждающие действия.

6.1. Корректирующие действия предпринимаются с целью устранения причин несоответствий и для предупреждения их повторного возникновения.

6.2. Предупреждающие действия осуществляются с целью устранения причин потенциальных несоответствий и предупреждения их появления на основе анализа выявленных несоответствий и принятых корректирующих действий.

В основу оценки СМК образовательной организации положено определение затрат на качество. Затраты на качество образовательных услуг представляют собой разность между фактической себестоимостью услуги и ее возможной (уменьшенной) себестоимостью, определенной при условии отсутствия случаев предоставления некачественных услуг. Все затраты условно можно разделить на четыре вида: затраты вследствие внешних отказов, затраты вследствие внутренних отказов, затраты на оценку качества и затраты на предупреждающие действия. Конкурентоспособность организации можно обеспечивать за счет следующих факторов: за счет снижения цены без повышения качества образовательных услуг; за счет повышения ценности (качества) услуг и соответственно их цены (переходный (неустойчивый) период); за счет повышения ценности услуг и снижения их цены (для насыщенного рынка (высокое качество по низким ценам)).

С целью управления затратами, связанными с обеспечением качества услуг, следует различать базовые затраты, которые образуются в процессе разработки, освоения и оказания услуг и имеют место в дальнейшем до момента прекращения предоставления их носителем, и дополнительные затраты, связанные с ее усовершенствованием и восстановлением утерян-

ного (недополученного, по сравнению с запланированным) уровня качества. Основная часть базовых затрат отражает стоимостную величину факторов производства услуг, а также общехозяйственные расходы, относимые на оказание конкретной услуги через смету затрат. Дополнительные затраты включают в себя затраты на оценку, проверку, усовершенствование и затраты на предотвращение. К первым относятся расходы, которые несет организация для того, чтобы определить, отвечает ли качество услуги запланированным условиям. Ко вторым относятся расходы на доработку и усовершенствование оказания услуги [4].

Таким образом, наличие системы менеджмента качества вуза означает для работодателей гарантированное качество выпускников, что способствует повышению конкурентоспособности вуза в целом и росту престижа выпускников у работодателей.

Библиографический список

1. Концепция модернизации российского образования на период до 2010 года, утв. приказом Минобразования России от 11 февраля 2002 г. // Инновации в образовании. 2002. № 3.
2. Багаутдинова Н.Г., Маливанов Н.Н., Новиков Д.С. Управление качеством в сфере образования. М.: РИА «Стандарты и качество», 2003.
3. Оптнер Ст. Системный анализ для решения деловых и промышленных проблем. М.: Концепт, 2006.
4. Лебедев О.Е. Управление качеством образования: Сборник методических материалов. М.: РОССПЭН, 2002.

Контактная информация:

8 (843) 2-310-079

e-mail: argo@pochta.ru

**КАЧЕСТВО ЖИЗНИ КАК ИНДИКАТОР
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ**

**QUALITY OF LIFE AS AN INDICATOR
OF SOCIO-ECONOMIC EFFICIENCY
OF INDUSTRIAL POLICY**

Г.А. БОНДАРЬ, аспирант
Кафедра «Экономика»
МАТИ

G.A. BONDAR', postgraduate student
«Economy» department
МАТИ

Аннотация

В статье освещены вопросы благосостояния общества и социально-экономической ситуации. Рассматриваются понятия «качества жизни населения» и «уровень жизни». Статья содержит краткий обзор социальных проблем России и альтернативные пути их решения.

Abstract

The paper presents the issues of social welfare and socio-economic situation. It considers the concept of «population life quality» and «living standards». This paper contains an overview of the social problems of Russia and the alternative solutions.

Ключевые слова: социально-экономическая ситуация, качество жизни населения, уровень жизни, социальные проблемы

Keywords: socio-economic situation, population life quality, living standards, social problems

В мировой экономике конкурентоспособность стран стала в большей степени зависеть от уровня развития человеческих ресурсов. Поэтому оценка качества человеческого капитала относится к числу ведущих проблем, которым посвящены современные исследования ООН, Мирового банка, других международных организаций.

По оценкам специалистов, рассматривающих проблемы исчисления национального богатства, человеческий капитал составляет примерно две трети накопленного национального богатства, рассчитанного в мировом масштабе. При этом в индустриально развитых странах роль человеческого фактора еще более значима, а во многих развивающихся государствах, где высок удельный вес показателей стоимости природных ресурсов, человеческий капитал составляет примерно половину национального богатства стран [1, с. 110]. Следовательно, если Россия в обозримой перспективе намерена превратить свои абсолютные и относительные преимущества в конкурентные и избавиться от статуса сырьевого придатка промышленно развитых стран, то следует признать, что главным компонентом ее национального богатства в современных условиях является человеческий капитал, важнейшим условием накопления которого служит качество жизни населения. Между тем, исследование понятия «качество жизни населения», отражающего общественное развитие и многообразие социальных и экономических процессов затруднено, поскольку в научной литературе до сих пор не выработано единого подхода к определению данной категории.

Понятие «уровень жизни» весьма сложно, многогранно и требует уточнения как в его наиболее общем смысле, так и в отдельных его интерпретациях. «Уровень жизни – это сложная, комплексная социально-экономическая категория, выражающая степень удовлетворения материальных и духовных потребностей людей. Он складывается из многих компонентов. Это и размер реальных доходов трудящихся, и уровень потребления населением материальных благ и услуг, и обеспеченность населения благоустроенным жильем, и, наконец, рост образованности, степень развития медицинского и культурно-бытового обслуживания граждан, состояние природной среды» [2, с. 67]. Если для оценки «уровня жизни» в индустриальном обществе было достаточно количественных макроэкономических показателей Системы национальных счетов в абсолютном выражении или на душу населения, то с переходом к постиндустриальному развитию возникла необходимость в характеристике «удовлетворенности» людей не только материальными, но и нематериальными условиями их существования, которая может быть только качественной.

Наряду с количественными демографическими изменениями существенно изменились и качественные параметры: физическое, психическое и социальное здоровье людей, интеллектуально-профессиональный потенциал общества, морально-нравственные критерии и нормы поведения. Социальное нездоровье проявляется в росте алкоголизма, наркомании, криминализации, суицида. Ухудшается материнское и, особенно, детское здоровье. По мнению директора Института социально-экономических проблем народонаселения РАН Н.М. Римашевской, происходит «ухудшение здоровья каждого последующего поколения, что, в свою очередь, означает ухудшение качества человеческого потенциала страны на длительную пер-

спективу. Изменение качества населения особенно опасно своей необратимостью и деградацией человеческого генофонда. По ряду социальных индикаторов Россия перешла некоторые критические границы».

Высокое качество жизни предполагает достаточный уровень жизни, поэтому словосочетание «уровень и качество жизни» не кажется лишенным смысла.

Измерение уровня и качества жизни и тем более оценка и сопоставление – процесс достаточно условный. Понятно, что измерить адекватно уровень жизни, как отдельного человека, так и населения более сложная задача, чем, допустим, выпуск промышленной продукции. О возможности прямого количественного измерения качества жизни вряд ли вообще может идти речь. Большинство аспектов качества жизни могут быть оценены только на основе косвенных или условных показателей. Но, с одной стороны, качество жизни имеет важное значение, как для каждого отдельного человека, так и для развития общества. С другой стороны, многие характеристики качества жизни являются следствием решений, принимаемых в области экономической и социальной политики. Именно в этом отношении качество жизни может быть предметом оценки и объектом регулирования. Тем не менее, к сравнительным оценкам качества жизни проявляется все больший общественный интерес. Особым вниманием пользуются ежегодные доклады Программы развития ООН, в которых проводится анализ наиболее актуальных проблем, с которыми сталкивается человечество, и дается относительная оценка качества жизни населения в межрегиональном аспекте с помощью разработанного специалистами этой международной организации показателя – индекса развития человеческого потенциала (ИРЧП). Этот показатель отражает уровень образования, долголетия и материального благосостояния населения. Логично предположить поэтому, что помимо субъективных факторов, связанных с привычками, социальным статусом, менталитетом людей, на вариацию значений индекса, в первую очередь, влияют макроэкономические изменения, а также действия правительства, стимулирующие развитие человеческого капитала, поскольку качество жизни зависит не только от доходов государства, но и от способов их перераспределения в интересах общества.

В группу стран с высоким уровнем развития человеческого потенциала входят и другие индустриально развитые государства – США, Япония, все страны Европейского Союза (ЕС) и ряд наиболее быстро развивающихся государств Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока и Латинской Америки. Россия, согласно данным ПРООН, находилась в 2000 г. в группе стран со средним уровнем развития человеческого потенциала и, имея ИРЧП, равный 0,781, занимала 60-е место в списке, переместившись с 55 места, которое она занимала в 1999 году. Таким образом, очевидно наличие прогрессивных тенденций в области развития человеческого потенци-

ала в мире. Россия является явным исключением из таких мировых тенденций [3].

Экономические реформы в системе народного хозяйства России не могли не затронуть проблему экономического развития регионов. Они приобрели статус реальных субъектов экономики, формирующих собственную социально-экономическую и промышленную политику территории. Функциональное значение регионального уровня экономических систем в условиях глобализации существенно возрастает, так как именно регионы в современном мире становятся источником генерирования конкурентоспособности того или иного государства за счет собственных ресурсов. Подобные сдвиги в целях и возможностях экономического развития региона не могли не обеспечить существенных перемен в основных методах управления и показателях его оценки. Особенно актуальной с этой точки зрения кажется проблема измерения эффективности, проводимой на местах региональной социально-экономической политики с учетом качества жизни населения.

Содержание критерия эффективности социально-экономической политики региона может быть определено как: увеличение продолжительности жизни человека на основе повышения уровня и качества его жизни. Движение России к состоянию конкурентоспособного государства связано с множеством проблем и противоречий, среди которых главным является разворот управленческих механизмов макро- и мезоуровней в направлении создания основ не просто эффективно регулируемого, но и социально ориентированного рыночного хозяйства.

Можно утверждать, что в результате экономических, социальных и политических процессов последних 15-20 лет российское общество еще не смогло консолидироваться вокруг общих целей и ценностей. В настоящее время оно представляет собой постепенно усложняющуюся совокупность микросообществ, возникших по множеству оснований.

На этом фоне проведение любых реформ сталкивается с практически неизбежным сопротивлением со стороны групп специальных интересов, поскольку рациональные действия «сверху» могут их непосредственно затрагивать. Власть вынуждена прибегать к авторитарным и манипулятивным методам управления обществом, что еще больше усугубляет ситуацию. Нынешнее его состояние характеризуют как стабильное прежде всего потому, что благодаря экономическому росту появилась возможность направить существенные средства на социальные цели, например на «монетизацию льгот», которая обошлась федеральному бюджету в сумму, в несколько раз превосходящую первоначально запланированную.

Любое значительное снижение цен на российские энергоносители, несмотря на наличие Стабилизационного фонда, приведет к серьезным проблемам с финансированием накопленных социальных мандатов, если, конечно, экономика уже в ближайшие годы не переориентируется на но-

вые приоритеты. Но, абстрагируясь от цен на нефть, важно понимать, что раздробленное общество не отвечает потребностям высокотехнологичной, интеллектуальной и наукоемкой экономики, поскольку требуемое качество человеческого капитала не сводится только к физическому здоровью населения и современному образованию. Нужны принципиально иная социальная однородность общества, интенсивная мобильность его слоев и жизненных укладов, что, конечно, не должно приводить к потере этнической и культурной идентификации.

Основными принципами, способными объединить решающее большинство общества, могут стать:

- обеспечение равных стартовых возможностей на индивидуальном уровне;
- ясность положительных социальных перспектив для всех общественных слоев;
- формирование на этой базе образа жизни, приемлемого для максимального числа ее укладов.

Простая раздача бюджетных денег на социальные цели, внеочередные индексации пенсий и зарплат врачей, учителей, работников культуры и военнослужащих не смогут решить основных проблем.

Для крупного и среднего бизнеса пришло время действительно серьезной системной благотворительности, направленной на решение конкретных и самых болезненных общественных проблем, например на финансовую помощь патронатным и приемным семьям или на создание рабочих мест и обучение инвалидов.

Ощущение социального неблагополучия, распространенное в стране, обостряется массовой безнадзорностью детей, нищетой инвалидов, заброшенностью и полной незащищенностью стариков; особенно одиноких. В дореволюционной России государство практически не занималось этими проблемами, оставляя их решение на усмотрение частных и местных благотворителей. Но за годы советской власти ситуация в данной области кардинально изменилась, и до сих пор в общественном мнении доминирует представление о том, что именно государство должно нести основную ответственность за судьбы социально уязвимых граждан. В 1990-е годы оно резко ослабило свои усилия в сфере социальной защиты и фактически оставило без поддержки миллионы беспомощных людей, что лишь обострило в обществе чувство свершающейся несправедливости. Это тем более относится к настоящему времени, когда в бюджетной системе наблюдается изобилие средств, успешно стерилизуемых государственными финансовыми институтами.

Богатые могут позаботиться о своем благополучии сами. Социально незащищенных должно взять под опеку государство вместе с бизнесом и общественностью. Но большинство населения – это люди, работающие по найму, мелкие предприниматели, военнослужащие, отчисления с доходов

которых во многом и позволяют функционировать государству. Несмотря на снижение уровня безработицы в российской экономике и рост доходов населения, ситуация продолжает оставаться тревожной.

Во-первых, крупнейший работодатель – государство – выплачивает врачам, учителям, работникам культуры, военнослужащим в подавляющем большинстве случаев мизерную зарплату. Именно поэтому российские бедные – не столько пенсионеры и инвалиды (хотя среди них бедных тоже немало), сколько бюджетники с женами-бюджетницами и одним-двумя несовершеннолетними детьми и молодые семейные офицеры.

Во-вторых, миллионы людей все еще заняты на убыточных предприятиях, конкурентоспособность которых восстановить невозможно. Прямое социальное следствие этого – низкие зарплаты в сельском хозяйстве, текстильной и кожевенно-обувной промышленности, большинстве подотраслей машиностроения.

В качестве социального норматива, соответствующего желаемому российскому образу жизни, можно предложить не просто «достойную» заработную плату, а занятость на эффективных рабочих местах, связанных с производством конкурентоспособных товаров и услуг, что, в свою очередь, и позволит обеспечить достойную зарплату.

Несмотря на многочисленные новации в организации семьи, в России по-прежнему доминируют традиционные семейные ценности. Но реализовать их на практике удается далеко не каждому: мешают неуверенность в завтрашнем дне, низкая материальная обеспеченность молодежи, широкое распространение алкоголизма и наркомании. Эффективная семейная политика невозможна без создания благоприятных внешних условий, например достойной оплаты достойного труда, оздоровления всей атмосферы в обществе и долгосрочных усилий властей и элиты, направленных на рост образованного здорового населения. Уже сейчас можно предложить отдельные меры, которые, не подменяя настоящую семейную политику, способны поднять престиж института семьи. Так, целесообразно предоставлять дополнительные вычеты по подоходному налогу работника, если у него на иждивении находятся другие члены его семьи, или ощутимую скидку по оплате путевок на отдых, если отдыхать едут все члены семьи. Нужно поощрять (в частности, налоговыми каникулами) именно семейный малый бизнес, когда муж и жена (или совместно с другими членами семьи) открывают кафе, мини-гостиницу, мастерскую по оказанию бытовых услуг и т.д. Государство могло бы материально поддерживать семейные клубы, где люди встречаются и проводят свой досуг, в виде, например, бесплатного предоставления помещения, телефонов и т.п. (разумеется, занятие бизнесом на этой площади должно быть запрещено).

Какое общество может возникнуть в России, если перечисленные выше базовые ценности станут основой образа жизни и материализуются в конкретных действиях? Прежде всего будет достигнуто устойчивое равно-

весие между всеми частями, слоями, группами и элементами общества, что крайне важно для обеспечения долгосрочной социальной и политической стабильности в стране. Причем заработают механизмы общественного саморегулирования, а не ручного управления, осуществляемого узкой группой бюрократов. Удастся сохранить разнообразие (этническое, культурное и пр.) укладов жизни, создав при этом возможности для их взаимной диффузии и формирования общей политической, управленческой и интеллектуальной элиты.

Обладатели огромного богатства начнут рассматривать его не как признак собственного превосходства и победы над себе подобными, а как приобретенную ответственность за то, чтобы эти деньги направлялись в том числе и на общественные цели (создание новых рабочих мест, благотворительность и пр.). Это вполне соответствует исконной русской (и не только русской) духовной традиции.

Государство, как неотъемлемая часть общества, расстанется со многими из нынешних функций и прежде всего откажется от прямого вмешательства в экономику в качестве крупнейшего владельца или совладельца наиболее ценных активов. Функции надзора и контроля, как правило, будут переданы саморегулируемым организациям и профессиональным сообществам. Тем самым кардинально сократится база коррупции и неэффективного администрирования.

Библиографический список

1. Нестеров Л., Аширова Г. Национальное богатство и человеческий капитал // Вопросы экономики. 2003.
2. Гурьев В.И. Основы социальной статистики. М.: Финансы и статистика, 1991.
3. Доклад о развитии человека за 2001 год / ПРООН. Йорк, Оксфорд Университи Пресс, 2001.

Контактная информация:

8 (499) 141-94-18

e-mail: kavava@list.ru

**РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫХ
ПРОЦЕССОВ КАК ОБЪЕКТИВНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ
МОДЕРНИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА**

**INNOVATIVE-INVESTMENT PROCESSES DEVELOPMENT
AS INDUSTRIAL PRODUCTION MODERNIZATION
OBJECTIVE NECESSITY**

Е.В. БУДУМЯН, аспирант
Кафедра «Финансовый менеджмент»
МАТИ

E.V. BUDUMIAN, postgraduate student
«Financial management» department
MATI

Аннотация

Статья посвящена проблеме развития инновационно-инвестиционных процессов. Раскрыты основные аспекты необходимости инновационного развития России в условиях модернизации экономики.

Abstract

The present paper is devoted to the innovation and investment processes development. The main aspects of Russian innovative development in terms of economic modernization necessity is revealed.

Ключевые слова: инновации, инвестиции, модернизация, инновационно-активные предприятия, инновационно-инвестиционный процесс.

Keywords: innovation, investment, modernization, innovation-active enterprises, innovation and investment process.

Модернизация прогрессивных экономик развитых стран сегодня неразрывно связана и зависит в основном от непрерывного и динамичного роста использования инновационных технологических открытий в разнообразных сферах человеческой деятельности: в тяжёлой и лёгкой промышленности, в сфере оказания услуг, в сфере управления персоналом и во многих других.

Как показывает опыт развитых держав мира, в экономических системах, основанных на приросте научных знаний и техническом прогрессе, альтернативы инновационному пути развития нет. Создание, производство, внедрение и широкое распространение инновационных продуктов и услуг, технологических процессов становятся ключевыми факторами роста объемов производства, повышения качества продукции, занятости населения, инвестиций, внешнеторгового оборота. Именно здесь таятся наиболее существенные ресурсы, которые могут реально способствовать повышению конкурентоспособности предприятий, экономии трудовых и материальных затрат, роста производительности труда, совершенствования организации производства и повышения её эффективности. Все это, в конечном счете, предопределяет конкурентоспособность предприятий в отрасли и выпускаемой ими продукции на внутреннем и мировом рынках, улучшение социально-экономической ситуации в стране.

Современные приоритеты инновационной деятельности обусловлены недостаточной конкурентоспособностью российских товаров для широкого выхода на внешний рынок. Предприятия, ориентируясь на максимальное удовлетворение внутреннего спроса, в большей мере склонны к внедрению продукции, заменяющей импортную. Именно поэтому в качестве основной цели инновационной деятельности промышленного предприятия выступает расширение ассортимента продукции.

Основными задачами государственной инновационной и технической политики настоящего этапа развития являются определение и реализация приоритетов развития инновационной и научно-технической сферы, оказывающих влияние на повышение эффективности производств конкурентоспособной продукции, обеспечение благоприятных правовых, экономических и финансовых условий для активизации инновационной деятельности. Самой актуальной проблемой инновационного развития России сегодня является недостаток финансовых и капитальных ресурсов для поддержки инновационных идей, начиная с этапа научно-исследовательских работ и опытно-конструкторских разработок, заканчивая крупносерийным производством. Это и является одной из основных причин того, что российская экономика пока маловосприимчива к различного рода инновациям. По оценкам разных специалистов, в экономике России находят себя лишь 7-9% от всех инновационных разработок, создаваемых различными отраслями науки и практики. В связи с этим, экономика России находится на 19 месте в разработанном аудиторско-консалтинговой компанией ФБК рейтинге G-20 наиболее развитых экономических стран мира. Согласно системе оценки Global Innovation Index 1, по степени инновационного развития Россия стоит лишь на 49 месте из 110 стран мира.

Эти цифры свидетельствуют не только о том, что инновации внедряются недостаточно интенсивно, а порой и вообще губятся на корню. Они

также говорят и о том, что российская экономика практически не имеет шансов перехода от сырьевой направленности внешнеэкономической деятельности и выхода на глобальные рынки с качественно новыми, отвечающими порождённому постиндустриальным обществом потребностям людей, товарами и услугами. Это происходит не только по вышеназванной причине малого внимания к инновациям, но также и из-за отсутствия системного подхода к оценке факторов, препятствующих инновационным разработкам. Таким образом, передовые российские учёные и практики убедились в объективной необходимости во всех приоритетных отраслях промышленности активного развития и поддержки инновационно-инвестиционных проектов, под которыми понимаются «взаимосвязанные по целям программы научно-исследовательских, опытно-конструкторских, производственных, организационных, коммерческих и других мероприятий, обеспеченных необходимыми инвестициями и организованных по срокам и исполнителям» [3].

Российской экономике одновременно свойственны значительный научно-технический потенциал, что делает её привлекательной для иностранных инвесторов, и низкие результаты активности внедрения инноваций во все производственные и управленческие системы, что свидетельствует о негибкой системе менеджмента инноваций. Правительство России, так же, как и правительства других прогрессивных стран мира, взяло курс на приоритетное вложение инвестиций в инновационную деятельность предприятий и организаций промышленности.

В этих целях разрабатывается проект Минэкономразвития России «Инновационная Россия – 2020». Данный проект предполагает реализацию трёх основных направлений: иннорепрессии, инночеловек и инновертикаль. Эти три элемента проекта преследуют основную цель – воспитание восприимчивости и преодоление страха к инновациям со стороны отдельно взятых граждан, предприятий, целых отраслей. В качестве инструментов проекта выделены следующие:

- ориентация частного сектора экономики на широкомасштабную поддержку инноваций;
- формирование сбалансированного сектора исследований;
- временное освобождение инновационно-активных предприятий от налогового бремени;
- формирование института грантовой поддержки инновационных разработок;
- формирование так называемого «инновационного лифта»: сети государственных институтов развития, поддерживающих инновационные проекты.

В проекте основ политики и направлений развития науки и технологии отмечены основные показатели, характеризующие национальную инновационную систему:

- доля внутренних затрат на исследования и разработки в ВВП;
- доля предприятий, осуществляющих инновационную деятельность, в общем числе предприятий;
- доля инновационной продукции в общем объеме реализации продукции;
- сальдо экспорта-импорта технологий.

Реализация основных направлений должна обеспечить существенные структурные преобразования в экономике России, ведущие к росту доли ВВП в обрабатывающей промышленности, сфере сложных организационных, технических и бытовых услуг, по следующим основным индикаторам:

- удельный вес инновационной продукции (услуг) в общем объеме экспорта должен составить не менее 20% (текущий уровень – 9,6%);
- удельный вес инновационной промышленной продукции (услуг) в общем объеме промышленной продукции на внутреннем рынке должен составить не менее 15%;
- удельный вес организаций, осуществляющих организационные инновации, должен составить не менее 60%;
- объем наукоёмкой продукции, производимый малыми предприятиями, должен увеличиться на менее чем в 2 раза, то есть составить 1,5%.

По данным Федеральной службы статистики за 2010 год, удельный вес инновационно-активных предприятий в общем числе промышленных предприятий России составляет лишь 17,8 процентов. Для сравнения в наиболее развитых европейских странах – Германии, Великобритании и Франции этот показатель составляет 66,39 и 46 процентов соответственно.

Данные о доле инновационно-активных предприятий в общем числе промышленных предприятий по Европе и России представлены на диаграмме (рис. 1) [2].

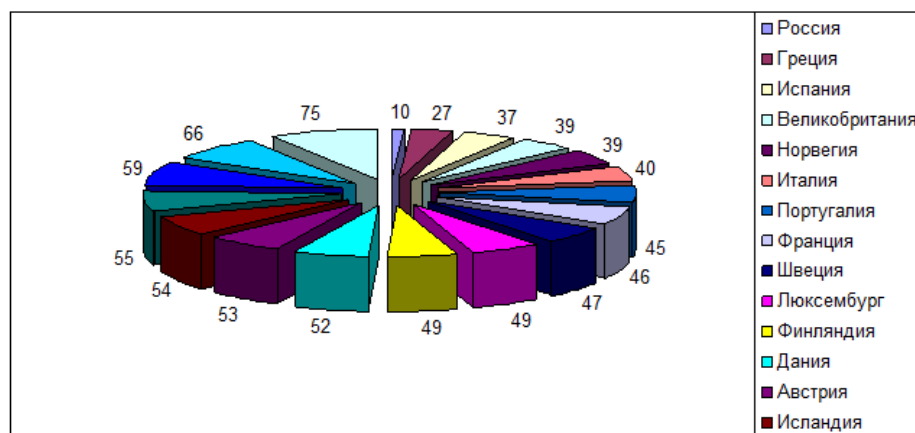


Рис. 1. Доля инновационно-активных предприятий в разных странах.

Таким образом, активное стимулирование инновационных разработок в России предопределяет необходимость привлечения инвесторов на всех этапах внедрения инноваций.

Развитие и внедрение инновационно-инвестиционных проектов позволит Российской Федерации избавиться от основных препятствий, тормозящих экономику и не позволяющих ей выйти на новые несырьевые рельсы, а именно:

1. Организация технопарков и малых инновационных предприятий (МИП) при ведущих научно-исследовательских институтах, университетах, заводах и других промышленных предприятий. Суть деятельности МИП – наращивание экспортного потенциала России благодаря концентрации лучших «умов» каждого НИИ и НИУ на отдельных значимых отрезках жизненного цикла инноваций, а также целевое расходование бюджетных поступлений на внедрение той продукции, которая в будущем будет окупать сама себя.

2. Страхования инвестиционных рисков при реализации инновационно-инвестиционных проектов предприятиями. Государственное софинансирование страховых рисков венчурных капиталистов на этапах выведения и внедрения инноваций – важнейший стимулирующий фактор инновационной деятельности за рубежом, где страхование инновационных рисков признано отдельной отраслью страхования.

3. Преодоление проблемы незащищённости авторского права и рост патентной активности России. Пока для российской экономики характерен парадокс так называемой «инновационной ямы», который заключается в нелегальном использовании технологий, разработанных некой конкретной научной организацией. Это связано с тем, что в России отсутствует единый Банк идей и технологий, и научные идеи практически не патентуются, тогда как за рубежом, а именно в США и Австралии, запатентованные идеи активно скупаются, что стимулирует их апробацию и дальнейшее внедрение сначала в рамках МИП, а затем и на крупном производстве.

Таким образом, безальтернативность инновационно-инвестиционной политики России на всех уровнях, начиная от государственной политики, заканчивая малым бизнесом, становится всё более очевидной. Благодаря активизации этой деятельности, практически любая идея может материализоваться в реальное нововведение, а затем и в инновацию, и в дальнейшем достичь высокого социально-экономического эффекта.

Библиографический список

1. Голов Р.С., Мыльник А.В. Инновационно-синергетическое развитие промышленных организаций. М.: Дашков и Ко, 2010.

2. Россия в цифрах. 2009: краткий статистический сборник. М.: Росстат. 2009.

3. Управление инновационно-инвестиционной деятельностью в промышленности: сб. научных трудов / под ред. д.э.н., профессора В.В. Мыльника. М.: МАТИ, 2009.

4. Эффективность инновационно-инвестиционных процессов: сб. научных трудов каф. «Финансовый менеджмент» / под ред. д.э.н., профессора В.В. Мыльника. М.: Экономика и финансы, 2006.

Контактная информация:

8 (499) 141-94-99

e-mail: finmen@inbox.ru

**ОЦЕНКА РИСКА
В ПРОЦЕССЕ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
РЕГИОНАЛЬНЫМИ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ**

**RISK ESTIMATION
IN THE COURSE OF SMALL ENTERPRISES CREDITING
BY REGIONAL COMMERCIAL BANKS**

В.С. ВИКТОРЕНКО, аспирант
Кафедра «Деньги, кредит и ценные бумаги»
Всероссийский заочный финансово-экономический институт

V.S. VIKTORENKO, postgraduate student
«Funds, credit and securities» Department
All-Russian Distance Institute of Finance and Economics

Аннотация

Статья посвящена оценке риска в процессе кредитования малых предприятий региональными коммерческими банками.

Abstract

Paper is devoted to risk estimation in the course of small enterprises crediting by regional commercial banks.

Ключевые слова: оценка риска, кредитование, малое предприятие, коммерческий банк.

Keywords: risk estimation, crediting, small enterprise, commercial bank.

Предпринимательская деятельность, осуществляемая предпринимателем на свой страх и риск, по определению предполагает существование риска, и, соответственно, требует разработки и принятия системы мер по предупреждению и компенсации возможных потерь. Оценка риска в процессе кредитования малых предприятий региональными коммерческими банками объективно необходима, поскольку речь идет о предпринимательской деятельности хозяйствующих субъектов, осуществляющих свою деятельность в области повышенного риска и в области ссудных операций. Под риском регионального коммерческого банка понимается ситуационная характеристика деятельности банка, отражающая полную или частичную

неопределенность будущего состояния его ликвидности, взаимосвязанная с этой неопределенностью и вызывающая возможные отрицательные или положительные последствия. Как экономическая категория, риск представляет собой событие, которое может произойти или не произойти. В случае совершения такого события возможны три экономических результата: отрицательный (проигрыш, ущерб, убыток), нулевой и положительный (выигрыш, выгода, прибыль). Риском можно управлять, т.е. использовать различные меры, позволяющие в определенной степени прогнозировать наступление рискованного события и принимать меры к снижению степени риска.

На основании проведенного анализа были выявлены следующие особенности и специфические черты российского малого бизнеса, имеющие принципиальное значение с точки зрения формирования риска банковского кредитования и осуществления мер управления этим риском:

1. Российский малый бизнес вырос на гребне не отношений накопления, а отношений перераспределения. В результате сложилась ситуация, при которой обнаруживается неадекватность позиций российского малого бизнеса именно как собственника производительного (коммерческого капитала).
2. Вынужденная многопрофильность выступает как важное средство устойчивости и выживания малых предприятий.
3. Малый бизнес относительно изолирован от формирования всей предпринимательской среды.
4. Хозяйственная среда малого бизнеса деформализована, т.е. имеет место значительный разрыв между реальными и формально учтенными объемами хозяйственного оборота, а также между величиной формально числящихся и действующих малых предприятий.
5. Информационное обеспечение малого бизнеса минимально вследствие таких причин, как использование упрощенных форм бухгалтерского учета и отчетности, отсутствия необходимых кадров, способных представить информацию о предприятии для обращения с кредитной заявкой в банк.
6. Низок уровень общеэкономического и профессионального кадрового состава малых предприятий, прежде всего, из числа собственников и управленцев, что в этой сфере хозяйствования чаще всего и совпадает.

Данные факторы охватывают главные источники повышенного риска кредитования, которые должны быть учтены как дополнительный фактор при оценке риска той или иной кредитной сделки с участием малого предприятия.

Для оценки степени риска кредитной операции банка с участием малого предприятия определим кредитный риск как возможную опасность потерь вследствие предоставления ссуды заемщику – малому предприя-

тию. Данное определение позволяет установить прямую зависимость между оценкой риска и возможным размером потерь от ненадлежащего выполнения заемщиком его обязательств по кредитному договору. Кроме того, сама суть кредитных операций позволяет говорить о существенном снижении риска при предоставлении заемщиком ликвидного залога и, в частности, одного из наиболее ликвидных видов залога – векселя банка-кредитора.

Поскольку кредитование малого бизнеса является частным случаем общей системы кредитования, то представляется целесообразной разработка систем организационно-методической поддержки данного вида кредитных услуг банка в контексте общего процесса кредитования с учетом специфики предприятий малого бизнеса.

Кредитный риск можно подразделить на две группы:

- риск, связанный с заемщиком;
- внутренний риск банка.

В риске, связанным с заемщиком, выделяется риск невыполнения клиентом своих обязательств. Это риск того, что клиент не сможет или не захочет выполнить свои обязательства перед банком.

Качественно данный риск определяется присвоением каждому заемщику определенной категории путем ранжирования по списку параметров, характеризующих заемщика и ссуду. Количественно этот риск выражается в вероятности того, что клиент не сможет или не захочет выполнить свои обязательства перед банком. Риск может быть вычислен путем анализа статистических данных по количеству переходов заемщиков из конкретной категории в самую низшую. Данный риск может быть рассчитан как в целом по портфелю, так и в разрезе категорий клиентов-заемщиков.

Во внутреннем риске банка выделяется:

- риск невыплаты основной суммы долга и процентов. Это риск того, что банк не сможет получить общую сумму кредита и (или) процентов после наступления срока погашения кредита;
- риск обеспечения кредита. Это риск того, что банку не удастся реализовать имущество, предложенное в качестве обеспечения, или обеспечение может упасть в цене.

Количественно внутренний риск выражается в стоимости, подверженной риску (СПР):

$$\text{СПР} = \text{Скр} + \text{Спр} + \text{Со} \times \text{Кр} ,$$

где Скр – сумма кредита; Спр – сумма процентов за кредит; Со – чистая реализационная стоимость обеспечения; Кр – коэффициент риска обеспечения кредита, определяется как средняя доля выручки от реализации залога, направленная на погашение кредита, в чистой реализационной стоимости залога.

Общий кредитный риск, показывающий вероятные потери, определяется как произведение величины внутреннего риска на вероятность неплатежа заемщика. Вероятность неплатежа заемщика, в свою очередь, определяется на основе установления категории заемщика и дальнейшего мониторинга изменения присвоенной категории в течение действия кредитного договора. Категория заемщика определяется по совокупности двух рейтингов:

- рейтинга делового риска заемщика;
- рейтинга финансового риска заемщика.

Рейтинг делового риска заемщика определяется путем ранжирования по следующему набору параметров:

- внешняя среда;
- качество управления;
- характер взаимоотношений с заемщиком;
- характеристика кредита (срок и цель кредита, источники погашения, технико-экономическое обоснование кредита, цена кредита, степень участия заемщика).

При анализе внешней среды оценке подлежат следующие факторы:

- отраслевая принадлежность малого предприятия;
- конкурентоспособность продукции или услуг;
- надежность и количество потребителей и поставщиков.

Следует обратить особое внимание на последний фактор. Как неоднократно подчеркивалось выше, диверсифицированное малое предприятие является более устойчивым, нежели предприятие специализированное и имеющее узкий спектр связей с внешней средой. Чем меньше количество связей на входе, выражающееся в количестве поставщиков сырья и услуг производственного характера, и на выходе, выражающееся в количестве потребителей продукции или услуг, тем более уязвимым и, следовательно, менее надежным является предприятие.

При оценке качества управления оценке подлежат следующие факторы:

- знания, опыт и уровень профессионализма руководства;
- личные морально-этические качества и репутация руководства;
- эффективность и гибкость системы управления предприятием.

Безусловно, эти факторы невозможно подвергнуть объективному оцениванию. Применение формальных процедур многомерной экспертизы достаточно трудоемко и приведет к существенному увеличению трудоемкости подготовки кредитных документов, что чрезвычайно нецелесообразно при осуществлении кредитных операций с малыми предприятиями, когда относительно небольшие объемы ссуд требуют и без того трудоемкого банковского сопровождения. Поэтому следует принять в качестве неизбежного недостатка субъективизм данных оценок, осуществляемых по пя-

тибалльной шкале: 5 – отлично; 4 – хорошо; 3 – удовлетворительно; 2 – не вполне удовлетворительно; 1 – плохо.

При оценке факторов качества управления малым предприятием целесообразно принимать во внимание следующие моменты:

- наличие у руководства профилирующего образования, достаточного в данной отрасли опыта работы, умения руководить персоналом;
- продолжительность производственно-хозяйственной деятельности малого предприятия;
- насколько качественно подобран персонал управления предприятием, не замыкается ли все на одного человека, преемственность работников управления. Выдача кредита не должна зависеть от решения одного члена аппарата управления, так как это ставит банк в зависимость от его продолжительности работы на данном предприятии;
- уровень формализации учета и отчетности малого предприятия, оценка вероятности и объема «теневого» оборота как фактора, усиливающего кредитный риск;
- инновационный потенциал руководства: обладает ли руководство и система управления способностью приспосабливаться к изменяющимся условиям деятельности;
- участие руководства в акционерном капитале компании;
- отсутствие больших разногласий по ключевым вопросам или противоречий среди высшего руководства, владельцев, крупных акционеров;
- обладает ли потенциальный заемщик достаточной честностью, чтобы не отказаться от своего намерения выполнить обязательства по кредиту.

Итоговый рейтинг качества управления определяется исходя из набранной суммы баллов по восьми вышеперечисленным факторам. Полученные результаты интерпретируются следующим образом:

- если суммарное количество баллов находится в интервале от 40 до 30 баллов, то качество управления признается хорошим, а итоговый балл равным 5;
- если суммарное количество баллов находится в интервале от 30 до 20, то качество управления признается удовлетворительным, а итоговый балл равным 3;
- если суммарное количество баллов находится в интервале от 20 до 10, то качество управления признается неудовлетворительным, а итоговый балл равным 0;
- если суммарное количество баллов меньше 10, то в предоставлении кредита должно быть отказано.

При анализе характера взаимоотношений с заемщиком необходимо оценить следующие факторы:

- длительность и прочность взаимоотношений;
- дисциплина расчетов (кредитная история).

Вследствие небольшого количества оцениваемых факторов и их относительной простоты в данном случае сразу устанавливается итоговый рейтинг без промежуточной оценки каждого фактора в отдельности. Анализ взаимоотношений с заемщиком может служить поводом для отказа в предоставлении кредита. Кроме того, следует отметить, что оценка характера взаимоотношений с заемщиком не зависит от масштаба предприятия и условий предоставления кредита – критерии оценки по этому параметру должны быть едины для всех ссудозаемщиков.

При анализе характеристик кредита необходимо оценить следующие факторы:

- назначение и сумма кредита;
- срок, вид кредита и источника погашения;
- цена кредита.

При оценке характеристик кредита следует принимать во внимание следующие моменты:

- в процессе переговоров с клиентом характеристики кредита могут изменяться;
- насколько хорошо подготовлена кредитная заявка, реалистична ли она с деловой и экономической точки зрения, насколько грамотно составлено технико-экономическое обоснование;
- степень финансового участия заемщика в кредитуемой деятельности; рекомендуемое значение 50-70%. Размер участия клиента будет зависеть от характера и цели кредита; участие заемщика в проекте собственными средствами наряду с привлечением заемных средств дает основание полагать, что проект будет завершен, и кредит погашен, так как заемщик не захочет потерять собственные средства;
- основным источником погашения кредитов являются денежные доходы, получаемые предприятием в результате основной хозяйственной деятельности или реализации проекта. Дополнительным источником является продажа активов, долговых обязательств, либо акций. Наличие дополнительных источников позволяет увеличить поток наличности, необходимой для погашения текущей задолженности, но при этом следует учитывать, что выручка от продажи активов может быть значительно меньше, чем необходимо для погашения долга;
- чем более продолжителен срок кредита, тем выше риск, тем больше вероятность того, что возникнут непредвиденные трудности, и клиент не сможет погасить долг в соответствии с договором;
- цель кредита в большой степени определяет его вид, срок пользования кредитом, график предоставления средств и график погашения кредита. Вид кредита должен соответствовать не только потребностям, но и способностям клиента обслужить долг. Размер кредита и сроки погашения должны быть совмещены с намеченными планами заемщика. Срок погашения кредита должен соответствовать целям кредита и ограничиваться

ожидаемой продолжительностью реализации проекта с учетом прогнозируемой способности клиента обслуживать кредит;

- объем кредита зависит от объекта кредитования, наличия и объема внутренних источников средств заемщика. Требуемый размер кредита устанавливается исходя из объема средств, необходимых заемщику для проведения проекта, за минусом имеющихся у него собственных источников.

Рейтинг характеристик кредита определяется исходя из набранной суммы баллов по перечисленным факторам. Итоговый рейтинг делового риска заемщика определяется путем ранжирования по сумме итоговых баллов, набранных по параметрам внешней среды, качества управления, характера взаимоотношений с заемщиком, характеристик кредита.

Библиографический список

1. Севрук В.Т. Банковские риски. М.: Дело ЛТД, 2009.
2. Трофимов М.В. Банковская ссуда и способы обеспечения ее возврата. М.: Белые альвы, 2009.
3. Маслаченок Ю.С. Способы минимизации кредитных рисков // Финансист. 2010. № 12.

Контактная информация:

8 (499)144-33-26

e-mail: dk_cb@vzfei.ru

**ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОГО РЕГИОНА
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**REGIONAL SOCIO-ECONOMIC POLICY
TRANSFORMATION
IN CONTEMPORARY RUSSIAN ENVIRONMENT**

Р.Р. ГАЙЗАТУЛЛИН, к.э.н., докторант
Кафедра менеджмента
Университет управления «ТИСБИ»

R.R. GAIZATULLIN, Cand. of economic sci., Doctoral cand.
«Management» Department
«TISBI» University of Management

Аннотация

В статье исследованы направления совершенствования организационно-управленческого механизма региональной социально-экономической политики на основе анализа тенденций и проблем развития региона.

Abstract

The paper investigates the main approaches towards improvement of regional socio-economic policy organizational and economic implementation mechanism which are based upon analysis of main tendencies and problems of regional development.

Ключевые слова: региональная экономика, социальная сфера, региональная экономическая система, социально-экономическая политика, модернизация, конкурентоспособность.

Key words: regional economy, social sphere, regional economic system, socio-economic policy, modernization, competitiveness.

Современный этап развития России требует адекватной социально-экономической политики, которая соответствовала бы рыночным законам и специфики их реализации в регионах. В России созданы принципиально новые федеративные отношения, что обусловило особую роль и место регионов во всех аспектах жизнедеятельности страны. Передача существен-

ной части функций по решению социально-экономических проблем на региональный уровень, распределение полномочий между центром и субъектами Российской Федерации предопределяет необходимость включения последних в контекст социально-экономической политики страны.

Возникает необходимость исследования не только самого содержания региона, но и современной социально-экономической политики как возможности регулирования развития территориальных образований. Специального изучения заслуживает вопрос о социально-экономической политике, как форме государственного регулирования процессами развития региона. Дальнейшего научного анализа требует как усложнение рыночных отношений на уровне регионов, так и значительные расхождения в понимании теоретиками и практиками сущности региональной социально-экономической политики, механизмов ее реализации.

Наделение регионов дополнительными функциями и полномочиями обусловило возникновение объективной потребности в формировании теоретико-методической базы по проблемам обоснования необходимости применения регионального индикативного и стратегического планирования и прогнозирования, определения ориентиров и притязаний развития территорий, обоснования инструментального аппарата по принятию эффективных управленческих решений, обоснованию направлений интеграции федеральных и региональных органов власти. Однако большинство регионов Российской Федерации не в полной мере оценивают необходимость выработки единой, с указанием конкретно выраженных приоритетов, социально-экономической политики и дальнейшего контроля за процессами ее реализации.

Роль государства в экономике выступает как центральная проблема социально-экономической политики региона. Рыночная самоорганизация, спонтанное формирование новых институтов, отсутствие действенного государственного регулирования приводит к неизбежному общественному и экономическому хаосу, обособлению регионов страны. Регулирование экономики, должно иметь четко выраженную социальную направленность, для чего требуются глубокие изменения в понимании сущности современного государства. Новая парадигма трактует властные институты как систему, ориентированную на удовлетворение запросов населения и предполагает новые отношения федерального центра и регионов.

Регион служит составным элементом экономической системы, в составе которой представлены основные показатели социально-экономической структуры производства, для которой свойственно присутствие определенных природных и ресурсных факторов, процессы управления которой реализуют региональные органы власти. Регион является одним из ключевых объектов организационно-экономических и политико-правовых отношений, направленных на организацию региональной эконо-

мики, формирование благоприятных условий жизни и удовлетворение потребностей населения с учетом специфики его развития.

К числу основных условий эффективного развития региона следует отнести: учет интересов и удовлетворение запросов населения региона, конъюнктуры рынка, субъектов рыночных отношений; адаптация экономической системы региона к факторам внешнего окружения и внутреннего строения; формирование стратегии устойчивого развития региона [1].

Специфические характеристики региона следует обязательно учитывать в процессе разработки целевых программ развития, необходимость которых вызвана следующими условиями:

1. Связь региональной политики и государственной, в том числе обусловленная финансовой зависимостью региональных бюджетов от финансирования центра.

2. Наличие природно-сырьевой базы.

3. Специфика климатических и экологических условий.

4. Сложившаяся структура экономики и др.

Регионы выступают ключевым элементом реализации государственной социально-экономической политики, в связи с тем, что сфера ее преломления распространяется, в первую очередь, на региональную экономико-политическую систему. Можно сказать, что функционирование экономики регионов обусловлено комплексом интересов государства, направленным на разработку эффективной системы управления, которая предполагает формирование собственной региональной системы управления с правом свободного распоряжения имеющимися ресурсами и потенциалом.

Рассматривая регион как единую, неделимую систему, базирующуюся на определенных принципах и взаимосвязях, технологиях управления и развития, выделены его особенности: наличие множества физически неоднородных, взаимосвязанных подсистем; дифференциация структур управления; недостаточная координация управляющих воздействий; нестабильность отдельных элементов системы;- стремление к высоким темпам развития и др.

Учитывая представленные особенности, целесообразно рассматривать регион как обособленную территорию в границах федерации, характеризующуюся собственной системой административных органов управления, системностью ведения хозяйства, специализацией экономики, сбалансированностью развития производительных сил на основе эффективного разделения труда. Наличие обособленной территории обуславливает обеспеченность региона различными видами ресурсов, способность и возможность самостоятельно решать возникающие социально-экономические проблемы в рамках регламентированных полномочий и сформулированных стратегических целей. При этом системность ведения хозяйства предполагает наличие тесной взаимосвязи между элементами регионального хозяйства в рамках специализации региона. Сбалансированность характе-

ризует процессы соблюдения пропорций внутри региона, направленного на обеспечение расширенного воспроизводства. Следует осуществить комплекс мероприятий, способствующий достижению отмеченных стратегических целей развития региона: реализация ресурсного и социально-экономического потенциала на основе выделения критериев, параметров, средств и технологий эффективного управления регионом; обеспечение развития региональных и муниципальных субъектов хозяйствования с целью улучшения функционирования экономической системы; совершенствование системы и методик управления регионом; сокращение негативного влияния внешней среды; формирование эффективной обратной связи между региональными органами власти, субъектами хозяйствования и населением.

Реализация последнего из отмеченных мероприятий, а именно, – формирование эффективной обратной связи между региональными органами власти, субъектами хозяйствования и населением, – направлена на повышение качества жизни граждан, результативности и развития проводимой региональной политики, составными элементами которых являются: содействие реализации социального и экономического потенциала; повышение качества жизни населения; совершенствование информационной, институциональной, правовой и других видов структур; активизация инновационной и инвестиционной деятельности и др.

Выделяя в качестве подсистем население, отраслевую специализацию, ресурсы, инфраструктуру и др., региональную экономику можно представить как систему социально-экономических отношений, представляющую собой: объект государственного воздействия и реализации управленческих решений в деятельности хозяйствующих субъектов; субъект, реализующий функции управления и регулирования развития хозяйствующих субъектов, находящихся на его территории; совокупность многообразных структур (производство, социальная сфера, финансы и др.); составной элемент национальной экономики; исполнитель целевых программ и проектов социально-экономического развития региона и др.

Региональная социально-экономическая политика представляет собой сложную систему взаимосвязанных целей, приоритетов, отношений, затрагивающую все отрасли и сферы субъекта РФ и отражающую особенности региона, а также направления и образ действий территориальных органов управления. Она дополняет и конкретизирует государственную социально-экономическую политику и является ее составляющей, оказывает существенное влияние на региональную структуру хозяйства, которая определяется рациональным размещением производительных сил по территории.

Анализ организации региональной социально-экономической политики в развитых государствах показывает многообразие особенностей и применяемых методов. Весь спектр современных подходов можно условно

подразделить на несколько видов: политика специализации территорий; политика выравнивания; саморегулирование. В качестве инструментария здесь ведущие страны используют: стратегическое планирование и развитие, индикативное планирование, развитие территории с учетом ситуации, опережающее воздействие.

В целом зарубежный опыт формирования и использования механизмов социально-экономической политики убедительно подтверждает важность программного подхода к территориальному развитию государств. В большинстве зарубежных стран в последние десятилетия такие важные задачи, как модернизация экономики, стабилизация регионального экономического развития, повышение уровня жизни населения и др. осуществлялись путем разработки и реализации экономических и социальных программ. В целях использования зарубежного опыта для РФ можно выделить несколько направлений: создание и поддержание правовой базы; активизация производства общественных благ, включая услуги здравоохранения, образования, фундаментальной науки и т.д.; преодоление чрезмерной социальной дифференциации в обществе, в том числе поддержка социально уязвимых групп населения.

Сущность социально-экономической политики воплощается в организованной совокупности функций, адаптированных к реальной среде формирования и реализации данной политики. При этом бессмысленно пытаться определить некоторый универсальный функциональный комплекс социально-экономической политики, поскольку объективные условия среды блокируют одни функции и активизируют другие.

Большинство регионов России находятся в ситуации выхода из затяжного и глубокого мирового кризиса, имеющего двойственную природу: с одной стороны, общественно-хозяйственные системы регионов дестабилизированы и внутренне преобразованы процессом рыночной трансформации, в них еще не сложилось новое рыночное системное качество; с другой стороны, указанные системы так или иначе интегрируются в составе всей национальной общественно-хозяйственной системы России в состав глобальной мировой системы [3].

При определении функций социально-экономической политики необходимо учитывать их взаимосвязь с объективными потребностями развития соответствующей общественно-хозяйственной системы. Функции социально-экономической политики региона в современных условиях обусловлены тремя группами объективных потребностей: нейтрализации основных кризисообразующих факторов, действующих в пространстве региона; реализации имеющихся ресурсов в целях обеспечения восстановительного роста; формирования оптимального для региональной общественно-хозяйственной системы ядра развития в целях обеспечения последующего устойчивого развития на новой технологической основе.

Исходя из установленных объективных потребностей и учитывая специфические характеристики российской социально-экономической политики, можно следующим образом определить основные функции социально-экономической политики современного российского региона в современных условиях: воспроизводственная функция, стержневая по отношению ко всей социально-экономической политике и ориентированная на создание условий для расширенного типа воспроизводства; инновационная функция, нацеленная на всестороннюю модернизацию общественно-хозяйственной системы региона; социальная функция, ориентированная на обеспечение социальной эффективности и устойчивости развития региона; интеграционная функция, нацеленная на обеспечение процессов внутри- и межрегиональной хозяйственной интеграции и общее ускорение социально-экономического развития интегрированной структуры за счет извлечения синергетического эффекта; компенсирующая функция, ориентированная на нейтрализацию существующих и вновь формирующихся в кризисном пространстве рисков и угроз.

Организация региональной социально-экономической политики - это определенная форма правового взаимодействия органов власти, предприятий и некоммерческих обществ, связанных между собой едиными целями и задачами развития региона на основе высокой конкурентоспособности и достижения мирового качества жизни. Механизм региональной социально-экономической политики должен отвечать неким требованиям (принципам), сформулированным в исследовании и предъявляемым как со стороны государства, так и со стороны общества и бизнеса. Поле стратегий социально-экономической политики региона в современных условиях задано совокупностью доминирующих факторов, действующих в общественно-хозяйственной системе региона. При этом каждому доминирующему фактору соответствует одна из базовых стратегий социально-экономической политики, а комбинация совместимых элементов базовых стратегий позволяет сформировать различные варианты конкретных стратегий данной политики.

Обобщение результатов анализа основных факторов социально-экономической политики региона в современных условиях позволяет обосновать следующую совокупность базовых стратегий данной политики: стратегия консервации кризисной ситуации; стратегия установления внешнего инвестиционно-финансового контроля над регионом; стратегия концентрации наиболее ценных факторов производства и ресурсов в составе ядра развития; стратегия расширения социальной базы власти; стратегия социально-экономической стабилизации.

Оптимальная стратегия социально-экономической политики региона в современных условиях задана двумя параметрами: перспективной целью модернизации общественно-хозяйственной системы региона; находящи-

мися в распоряжении субъектов данной политики тактическими инструментами достижения указанной перспективной цели.

На основе обобщения результатов анализа социально-экономической политики Республики Татарстан было установлено, что она ориентирована на создание ядра развития общественно-хозяйственной системы региона, ориентированная на достижение следующих результатов: концентрацию наиболее эффективных ресурсов и факторов производства в составе ядра развития; формирование конкурентоспособных хозяйствующих субъектов; максимальное использование возможностей национального и международного разделения труда; ускорение социально-экономического развития региона за счет инновационных факторов.

Реализация подобных стратегий обеспечит преодоление последствий мирового кризиса и возврат общественно-хозяйственной системы региона на эволюционную траекторию развития.

Библиографический список

1. Каплан Е.Л., Литовка О.П., Новиков Э.А. Социально-экономические проблемы рационального природопользования в регионе. СПб., 2003. 126 с.

2. Мау В. Стабилизация, выборы и перспективы экономического роста (политическая экономия реформы в России) // Вопросы экономики. 1997. № 3. С. 58-75.

3. Олсон М. Логика коллективных действий. Общественные блага и теория групп. М.: ФЭИ, 1995. 172 с.

4. Пахомова Н.В., Шалабин Г.В. Социально-экологическая политика в регионе. СПб.: Знание, 2002. 32 с.

5. Симония Н. Бюрократический капитализм в России и Третьем мире // Мировая экономика и международные отношения. 1996. № 7. С. 5-9.

6. Сутырин С.Ф. Нравственный идеал и рыночная экономика // Вестник СПбГУ. Сер. 5. Экономика. 1995. Вып. 3. С. 106-113.

Контактная информация:

e-mail: tisbi@tisbi.ru

**ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ,
ВЛИЯЮЩИЕ НА КОМПЕТЕНЦИИ СПЕЦИАЛИСТОВ
ПО АНТИКРИЗИСНОМУ УПРАВЛЕНИЮ
И БАНКРОТСТВУ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА
И ГОСТЕПРИИМСТВА**

**THE MAJOR FACTORS INFLUENCING
ON THE COMPETENCE OF EXPERTS
IN ANTI-RECESSIONARY MANAGEMENT
AND BANKRUPTCY OF THE SERVICE AND HOSPITALITY
ENTERPRISES**

Б.В. ГОВОРОВ, ассистент

Кафедра «Менеджмент на предприятиях туризма
и гостиничного хозяйства»

Институт туризма и гостеприимства (РГУТиС)

B.V. GOVOROV, assistant

«Management in tourism and a hotel economy» Department
Institute of tourism and hospitality (RGUT&S)

Аннотация

В статье представлены основные факторы, влияющие на компетенции специалистов, занимающихся антикризисным управлением и банкротством предприятий сферы сервиса и гостеприимства. Обосновывается их специфика в сервисе и гостеприимстве, а также выбор методов и средств оценки уровня владения специалистами необходимыми компетенциями.

Abstract

In the paper the major factors influencing on the competence of experts, engaged in anti-recessionary management and bankruptcy of the enterprises of sphere of service and hospitality are presented. Their specificity in service and hospitality, and also a choice of methods and means of experts necessary competences possession estimation level is proved.

Ключевые слова: антикризисное управление, банкротство, предприятия сервиса, гостеприимство, компетенции.

Keywords: Anti-recessionary management, bankruptcy, the service enterprises, hospitality, the competence.

В современных условиях все большую актуальность приобретает компетентностный подход в управлении социально-экономическими процессами и системами. Рассмотрим, какие факторы, оказывают наибольшее влияние на перечень и содержание компетенций специалистов по банкротству предприятий сервиса и гостеприимства.

В отличие от компетенций исполнителей, личная эффективность которых определяется, прежде всего, индивидуальными результатами, эффективность антикризисного управляющего определяется тем, насколько вся служба (отдел), руководителем которой он является, выполняет поставленные перед ней задачи, достигает поставленных целей (уровня целевых показателей, критериев эффективности (KPI) и т.п.).

Компетенции конкретного антикризисного управляющего или специалиста по банкротству предприятий сервиса и гостеприимства зависят от множества факторов. Рассмотрим три основных фактора:

1. Уровень иерархии (топ-менеджмент, средний уровень, линейный менеджмент). Поскольку специалист по антикризисному управлению и банкротству, практически выполняет роль руководителя предприятия, то от топ-менеджмента в большей степени требуется владение компетенциями, связанными со стратегическим управлением (в процедурах, направленных на восстановление платежеспособности предприятия), в отличие от линейного менеджмента, ориентированного в большей степени на решение задач текущего управления;

2. Участие в процессе обслуживания гостей. Например, от антикризисного управляющего, решающего вопросы непосредственного обслуживания гостей в гостиницах (отделения обслуживания, front of house) в большей степени требуются такие компетенции и личностные характеристики, как сервисность, клиентоориентированность или ориентация на потребности гостя (в разных гостиницах могут использоваться разные названия компетенций и личностных характеристик, эти названия могут по-разному интерпретироваться в гостиницах и соответственно, по-разному оцениваться). От специалистов, непосредственно не участвующих в обслуживании гостей (отделения, поддерживающее работу отделений обслуживания (back of house departments)), например, главного бухгалтера, начальника планово-экономического отдела, эти компетенции не так важны, либо уровень владения ими может быть ниже, чем, например, у начальника службы приема и размещения;

3. Социально-психологические особенности подчиненных и специфики осуществляемой ими деятельности. Очевидно, что компетенции антикризисного управляющего в рекламном агентстве или ресторане будут частично отличаться. Если в первом случае подчиненные это люди творческие, выполняющие не стандартные проекты, то во втором случае – про-

цессы строго стандартизированы и задача антикризисного управляющего в ресторане или службе питания гостиницы состоит в обеспечении неукоснительного выполнения этих стандартов.

Таким образом, очевидно, что при подборе предприятиями специалистов по антикризисному управлению для разработки стратегии развития или специалиста по кризисному управлению для выхода предприятия из кризиса, требуются сотрудники владеющими разными компетенциями. В случае банкротства предприятия с участием специалиста по банкротству (добровольная ликвидация), к нему предъявляются совершенно другие требования, т.к. никакой стратегии развития в этом случае уже не разрабатывается, и требуется только неукоснительное соблюдение требований действующего законодательства.

Библиографический список

1. Евсеев В.О. Деловые игры по формированию экономических компетенций. М.: ИНФРА-М, 2011.
2. Иванова С. Оценка компетенций методом интервью. М.: Альпина Паблишер, 2011.

Контактная информация:

+7 (985) 262-29-09

e-mail: borisgovorov@yandex.ru

**СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ
ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В МОСКВЕ**

**MODERN TOOLS OF LOCAL GOVERNMENTS ACTIVITY
QUALITY ESTIMATION IN MOSCOW**

А.А. ГРИГОРЬЕВ

Институт региональных экономических исследований

A.A. GRIGORIEV

Institute of Regional Economic Researches

Аннотация

В статье рассматриваются современные инструменты анализа и оценки деятельности органов местного самоуправления внутригородских муниципальных образований в городе Москве.

Abstract

In the paper modern tools of the analysis and estimation of local governments activity of intracity municipal unions in Moscow are considered.

Ключевые слова: местное самоуправление, бенчмаркинг, стандарт, сертификация, регистрация.

Keywords: local government, benchmarking, standard, certification, registration.

Современными инструментами анализа качества и результативности деятельности органов местного самоуправления, их мониторинга и сравнения, а также распространения положительного опыта по реализации вопросов местного значения и передаваемых государственных полномочий являются бенчмаркинг. Бенчмаркинг (benchmarking) рассматривается как повышение качества на основе лучшей практики и оценка соответствия установленным требованиям (сертификация, категорирование, регистрация, премии и др.). Бенчмаркинг является инструментом управления качеством, который с успехом используется во многих странах мира и ориентируется на стандарты управления качеством, включая международные стандарты ISO серии 9000. Анализ работы органов муниципального

управления показывает, что качество услуг, предоставляемых на муниципальном уровне, становится главным в их работе [2].

Органы местного самоуправления в каждом из 125 внутригородских муниципальных образований, сформированных в Москве, являются одновременно и партнерами и конкурентами друг для друга [1]. Среди них, так же как и среди регионов Российской Федерации, существует как конкуренция по различным направлениям деятельности, так и взаимодействие (партнерство) при проведении ряда мероприятий.

Одним из возможных подходов к использованию бенчмаркинга внутригородскими муниципальными образованиями в городе Москве является участие в различных рейтингах и применение механизма оценки соответствия, включающего, прежде всего, – категорирование и добровольную сертификацию.

При категорировании все множество организаций одного вида или типа делится по качеству на несколько последовательных групп – категорий: от категории с низшим качеством предоставления услуг до категории с самым высоким качеством. Наряду с понятием «категория» могут использоваться «класс», «разряд». Категорирование является упрощенным вариантом рейтинга организаций, которое проводится на добровольной основе. Оно хорошо зарекомендовало себя в сфере услуг, предоставляя потребителям объективную оценку о рассматриваемом объекте. Наиболее развита и известна классификация по категориям качества гостиниц. В России накоплен значительный опыт по категорированию предприятий общественного питания, розничной торговли, бытового обслуживания.

При оценке качества и результативности работы органов местного самоуправления на первый план выходит полнота и эффективность осуществления возложенных на них функций. Для оценки категории исполнительно-распорядительного органа местного самоуправления – муниципалитета Институтом региональных экономических исследований (далее – институт) разработаны предложения по отнесению их к одной из категорий качества.

Для практического осуществления категорирования (сертификации) органов местного самоуправления необходимы, во-первых, нормативные документы с перечнем показателей или требований к различным категориям и, во-вторых, организационная структура, которая будет проводить оценку соответствия и удостоверять ее результаты в виде определенных документов (сертификатов, дипломов, свидетельств и т.п.). Как правило, в рамках организационной структуры осуществляется обобщение и анализ результатов, разработка новых и корректировка действующих нормативных документов, обсуждение проблем развития системы категорирования (сертификации) с представителями заинтересованных сторон.

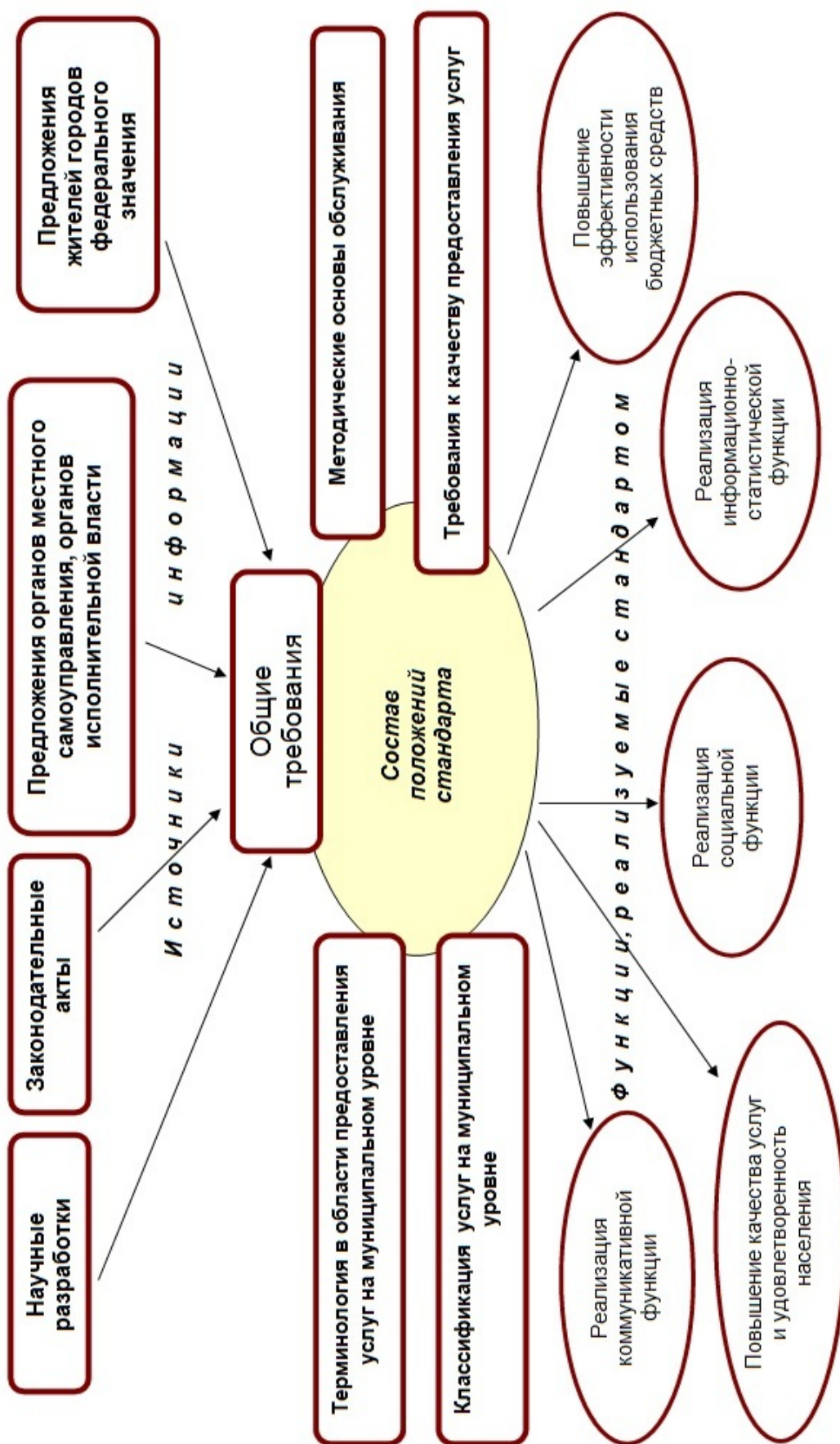


Рис. 1. Концептуальная модель национального стандарта «Услуги населению. Услуги, предоставляемые на муниципальном уровне. Основные требования».

Одним из организационных инструментов повышения качества местного самоуправления наряду с категорированием (сертификацией) является регистрация. Регистрация муниципальных учреждений, организаций, предприятий внутригородских муниципальных образований города Москвы позволит использовать реестровую информацию для стимулирования и развития местного самоуправления в Москве. Институтом предложен проект Положения о Реестре сертифицированных муниципальных учреждений, предприятий и организаций (субъектов) в городе Москве.

Следующим инструментом, обеспечивающим качество предоставления услуг на муниципальном уровне, является стандартизация. Техническим комитетом по стандартизации (ТК 346) Ростехрегулирования, действующим на базе Института разработан национальный стандарт ГОСТ Р «Услуги населению. Классификация и основные требования к услугам, предоставляемым на муниципальном уровне». Стандарт предназначен для органов местного самоуправления в составе городов федерального значения. Концептуальная модель национального стандарта приведена на рис. 1.

Применение стандарта и других инструментов оценки качества позволит значительно повысить результативность и эффективность услуг, предоставляемых органами местного самоуправления внутригородских муниципальных образований в городах федерального значения, в первую очередь, в Москве, выполняющей функции столичного мегаполиса.

Библиографический список

1. Закон г. Москвы от 06.11.2002 № 56 «Об организации местного самоуправления в городе Москве» (с последующими изменениями и дополнениями).

2. Зворыкина Т.И., Портнова Т.А. Развитие сферы услуг как основа экономического благополучия муниципальных образований // Вести Российской академии естественных наук. 2009. Том 9. № 4.

Контактная информация:

8 916 657 28 65

e-mail: sss2800@mail.ru

ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСНОЙ ЭКОНОМИКИ

ENTERPRISE INNOVATIVE STRATEGY IN THE CONDITIONS OF CRISIS ECONOMY

О.В. ДАВЫДОВА, ст. преподаватель

Московский государственный университет путей сообщения

O.V. DAVIDOVA, senior lecturer

Moscow State University of Railway Engineering

Аннотация

В статье предприятие рассматривается как многофакторная социально-экономическая система, обладающая рядом специфических, присущих только ей особенностей, что позволяет определять и оценивать эффективность деятельности и создавать инновационную стратегию в условиях кризисной экономики.

Abstract

The author of the paper considers the enterprise as multiple-factor social and economic system possessing nearby specific, inherent only features that allows to define and estimate efficiency of activity and to create innovative strategy in the conditions of crisis economy.

Ключевые слова: предприятие, социально-экономическая система, эффективность деятельности, инновационная стратегия, кризисная экономика.

Keywords: enterprise, social and economic system, efficiency evaluation, innovative strategy, crisis economy.

Переход экономики России от ресурсно-ориентированного варианта к экономике, основанной на новых технологиях, предполагает развитие отечественных предприятий машиностроения. Считается, что уровень эффективности и перспектив развития экономики государства определяется по высокой доле в ВВП продукции машиностроения и промышленности в целом – это индикатор уровня развития экономики страны. Так, например, доля обрабатывающих производств в ВВП России в 2006-2008 годах составила 15,28%, Китая – 42,9% (показатель определяется по промышлен-

ности включая добычу полезных ископаемых, обрабатывающие производства, производство и распределение электроэнергии), США – 11,2%, Японии – 20,2% [1].

Анализ состояния и основных тенденций развития отечественного машиностроения показывает, что в последние годы в этом секторе промышленности наметились определенные положительные сдвиги. Так, в январе-августе 2010 года индекс производства машин и оборудования составил 116,7% к январю-августу 2009 года, электрооборудования, электронного и оптического оборудования – 125,8%, транспортных средств и оборудования – 129,9%. Наступивший в 2008 году кризис отрицательно сказался практически на всех отраслях промышленности. Снижение производства в этот период вызвано сокращением спроса обрабатывающих предприятий.

Основные показатели в Докладе Министерства промышленности и торговли РФ характеризующие изменения в целом в обрабатывающей промышленности в 2006-2008 гг., а также использование и направление средств на инновационную продукцию в промышленном производстве выглядят следующим образом [2].

Таблица 1.

Показатели	Единица изм.	Фактические значения		
		2006	2007	2008
Индекс промышленного производства (ДРОНД МПЭ 2008-2010)	% к предыдущему году	103,9	106,3	105,2
Доля торгуемой продукции обрабатывающих производств Российской Федерации в мировом объеме торгуемой продукции в стоимостном выражении (Росинформресурс)	%	1,6	1,8	2,0
Отношение коэффициента обновления основных фондов обрабатывающих производств к коэффициенту обновления аналогичных производств Германии и Китая (Росинформресурс):	индекс	0,4/0,3	0,46/0,34	0,45/0,35
<i>Российская Федерация</i>		5,8	6,6	6,9
<i>Германия</i>		14,2	14,3	14,5
<i>Китай</i>		18,7	19,1	19,2
Доля промышленной продукции российского производства на внутреннем рынке промышленной продукции (ДРОНД МПЭ 2008-2010)	%	74,5	73,5	72

Доля промышленной продукции, производимая организациями, входящими в состав интегрированных структур (ДРОНД МПЭ 2008-2010)	%		33	37
Темпы роста экспорта промышленной продукции (ДРОНД МПЭ 2008-2010)	% к предыдущему году	105,8	104,5	102,3
Доля отечественной продукции, обрабатывающих производств (за исключением стройматериалов), закупаемой в рамках приоритетных национальных проектов, в общем объеме продукции в стоимостном выражении (Росинформресурс)	% (в денежном выражении).	Менее 10%	Менее 10%	15%
	Требуется разработать и утвердить форму статотчетности.			
Темп роста инвестиций в основной капитал предприятий ОПК (ДРОНД МПЭ 2008-2010)	% к предыдущему году	110,2	113,5	115,3
Доля убыточных предприятий в общем количестве промышленных предприятий ОПК (ДРОНД МПЭ 2008-2010)	%	29	22	21
Экспорт машин, оборудования и транспортных средств (ТН ВЭД 84-90) (ДРОНД МПЭ 2008-2010)	млрд. долл.	17,5	19,7	21,2
Доля созданных новых технологий (промышленной собственности) за счет средств федерального бюджета на принципах государственно-частного партнерства в физических объемах к общему физическому объему созданных в Российской Федерации (промышленной собственности) технологий по видам технологи и продукции (Росинформресурс)	%	Менее 10%	Менее 10%	Менее 10%
	Требуется разработка и утверждение форм статотчетности, проведение технологического аудита			
Доля заимствованных основных производственных технологий, соответствующих 4 технологическому укладу, в предшествующий 10 летний период в общем объеме применяемых производственных технологий в денежном выражении и физических объемах (Росинформресурс)	% (в физических объемах)	Менее 1%	Менее 1%	1,2
	Требуется разработка и утверждение форм статистической отчетности и проведение технологического аудита			
Доля средств предприятий обрабатывающих отраслей продукции в денежном выражении, направляемых на проведение НИР и ОКР, в общих валовых доходах предприятий (Росинформресурс)	%	0,3	0,3	0,4

Доля в денежном выражении нематериальных активов (промышленной собственности) отечественных предприятий, созданных за счет приобретения или создания новых технологий в общем объеме активов предприятий (Росинформресурс)	%	Менее 1%	Менее 1%	Менее 1%
	Требуется разработка и утверждение формы статотчетности			
	Требуется проведение технологического аудита			
Темп роста производительности труда в промышленности (ДРОНД МПЭ 2008-2010)	% к предыдущему году	105,9	106,7	108,6
Индекс производства в обрабатывающей промышленности (ДРОНД МПЭ 2008-2010)	% к предыдущему году	104,4	109,3	106,4
Доля обрабатывающих производств в общем объеме промышленного производства (Сводный доклад)	%		66,5	67
Инвестиции в основной капитал промышленных предприятий обрабатывающего сектора (от общего объема инвестиций в основной капитал) (ДРОНД МПЭ 2008-2010)	%	43,5	43	44
Удельный вес инновационной продукции в общем объеме продукции промышленного производства (ДРОНД МЭРиТ 2008-2010)	%	5,5	5,6	5,8
Доля инновационной продукции в общем объеме отгруженной промышленной продукции (Сводный доклад)	%		8,5	10
Доля инновационной продукции в экспорте промышленной продукции (ДРОНД МПЭ 2008-2010)	%	6	7	8

Из материалов Доклада о результатах и основных направлениях деятельности Министерство промышленности и торговли Российской Федерации на 2009-2011 годы видно, что при росте промышленного производства наметившегося после кризиса инвестиции в основной капитал промышленных предприятий обрабатывающего сектора возрастают (44% 2008 г.). Сохраняется небольшой рост удельного веса инновационной продукции в общем объеме продукции промышленного производства (5,8% 2008 г.) даже в период кризиса.

Высокий уровень износа основных фондов и использование устаревших технологий не позволяет отечественной машиностроительной продукции успешно конкурировать на внутреннем рынке получать стабильные доходы, что подтверждает динамика приведенного показателя - отно-

шение коэффициента обновления основных фондов обрабатывающих производств к коэффициенту обновления аналогичных производств Германии и Китая. Особенно эта проблема обострится и будет более заметна при вступлении России в ВТО, так как, по мнению большинства аналитиков, это приведет к увеличению доли зарубежного оборудования на российском рынке.

Интеграция экономики России в мировую торговую систему практически произошла, она официально получила статус страны с рыночной экономикой в начале 2000-х годов. При этом на протяжении последних десятилетий Россия была «донором» других экономик, что подтверждает устойчивый отток капитала из страны.

Приход на отечественный рынок продукции международных корпораций с более высоким качеством и низким уровнем издержек, приведет к тому, что российские предприятия могут потерять существенную долю внутреннего рынка. «Низкий уровень производительности труда и низкое качество продукции делают крайне уязвимыми машиностроение, авиационную и автомобильную промышленности, легкую промышленность, сельское хозяйство», – говорят эксперты Международной организации труда (МОТ). Неизбежен довольно сильный спад производства и сокращение рабочих мест в этих отраслях.

Эффект от вступления России в ВТО является долгосрочным, так как повышение конкурентоспособности продукции российских предприятий исходя из текущего положения дел, явно растянется на годы. Эта ситуация возможно будет сопровождаться массовыми банкротствами промышленных предприятий, снижением уровня реальной заработной платы, а также налоговых поступлений и доходной базы бюджета.

Таким образом, при сложившейся ситуации для обеспечения устойчивости машиностроительным предприятиям необходимо искать нетрадиционные решения по обеспечению стабильных доходов. Наиболее оптимальным решением на сегодня является решение диверсифицировать свою деятельность.

Реализация данной стратегии позволяет, с одной стороны, минимизировать рыночные риски, и, соответственно, повысить инвестиционную привлекательность машиностроительного предприятия, и, с другой стороны, оптимизировать инвестиционную деятельность за счет получения доходов от комбинирования продукции (услуг).

В современных условиях предприятие рассматривается как многофакторная социально-экономическая система, обладающая рядом специфических, присущих только ей особенностей, что позволяет, используя принцип адаптивности предприятия, являющийся основополагающим принципом стратегического управления, постоянно определять и оценивать эффективность деятельности, системы управления, реализацию стратегии на предприятии.

Используя данный принцип на практике, предприятие реализует идею (постулат), что все изменения внутриорганизационных составляющих (культура организации, организационная структура, система планирования и т.д.) являются реакцией организации на соответствующие изменения во внешнем окружении и некоторые изменения во внутренней среде. Таким образом, основной задачей управления предприятием становится поддержание равновесия, а также разработка и использование эффективных механизмов адаптации организации к меняющимся условиям окружающей среды. Одним из таких механизмов является применения диверсификации.

На сегодняшний день учеными и практиками разработаны множественные подходы определяющие степень возможности диверсификации в организации, выбор формы диверсификации.

Интенсивность и сменяемость внешней среды усложняет задачи своевременной адаптации предприятия к изменениям, которые происходят в социально-политической жизни. Поэтому важной задачей предприятия становится – создание «потенциала изменений».

Степень (адаптации, приспособления) вхождения предприятия в процесс диверсификации может варьироваться. Данное положение зависит стратегического плана и от имеющихся ресурсов. Возможность осуществления диверсификации предприятия обуславливает процесс реструктуризации. Возможный потенциал изменений предприятия следует оценить по следующим участкам, выбирая наиболее значимые показатели.

Оценка возможности реструктурирования	Анализ состояния и эффективность взаимосвязей структур предприятия
	Анализ организации управления. Кадровая политика
	Анализ внеоборотных активов
	Анализ процессов производства
	Анализ системы планирования
	Анализ проведения исследований
	Анализ технологий. Использование инноваций
	Анализ осуществления маркетинговой политики
	Анализ финансовых показателей
	Анализ системы внутреннего контроля

Рис. 1. Участки (этапы) анализа потенциала реорганизации предприятия.

Например, показатели интенсивного развития (производительность труда, материалоотдача, фондоотдача, уровень запасов оборотных средств, прибыль).

Оценка соблюдения условий и требований исследуемого процесса определяется сопоставлением фактических и базисных (эталонных) значений их критериев. Сначала определяется уровень соблюдения составления элементов, затем исчисляется комплексная оценка этапов и всего показателя (процесса).

Коэффициент (K_i) характеризует отдельный составной элемент иссле-

дуемого процесса (показателя) и определяется как отношение фактических значений (F) к базисным критериям (B):

$$K_i = F / B$$

Комплексный коэффициент (K_j) характеризует выполнение участка (этапа) анализа, и исчисляется как среднеарифметическая величина из значений единичных коэффициентов, входящих в данный участок (этап)

$$K_j = \sum_{i=1}^n K_i / n$$

где $i=1, 2, 3, \dots, n$; n – количество коэффициентов; j – участок анализа (этап).

Трудоемкость выполнения анализа и степень использования в процессе диверсификации не одинакова, поэтому методом экспертных оценок установлены пределы коэффициентов значимости (I_j) по участкам (этапам) анализа.

Таблица 2.

Коэффициенты значимости участков (этапов) анализа.

Наименование показателя	Значение коэффициента
Анализ финансовых показателей. Юридический статус	0,17
Анализ технологий. Использование инноваций	0,17
Анализ внеоборотных активов	0,11
Анализ организации управления. Кадровая политика	0,09
Анализ осуществления маркетинговой политики	0,08
Анализ системы планирования	0,06
Анализ системы внутреннего контроля	0,05
Анализ состояния и эффективность взаимосвязей структур предприятия	0,03
Анализ проведения исследований	0,02

Обобщенный коэффициент, характеризующий степень потенциала изменений предприятия к процессу диверсификации (K_g), исчисляется как сумма произведений значений коэффициентов по участкам анализа на их коэффициент значимости:

$$K_g = \sum_{j=1} K_j * I_j .$$

Таким образом, предприятие, применяя принципы данного метода, может обосновать выбор и стратегию поведения связанные с процессом диверсификации. Кроме того, выбрать наиболее адекватную стратегию развития и совершенствования в условиях нестабильной внешней экономической среды, проводить обследование, оценку и проектирование инвестиционной деятельности.

В связи с существующей (складывающейся) вероятностью сбыта продукции машиностроения и наличия колебания цен на разную продукцию, предприятия, как единый финансовый механизм имеет возможность, применяя политику диверсификации поддерживать стабильное состояние сбыта продукции.

Библиографический список

1. Валовой внутренний продукт. Раздел из книги «Российские реформы в цифрах и фактах». <http://kaivg.narod.ru>.

2. Доклад о результатах и основных направлениях деятельности Министерство промышленности и торговли Российской Федерации на 2009-2011 годы.

2. Экономика фирмы. Под ред. Иващенко Н.П. М.: Инфра-М, 2010.

Контактная информация:

e-mail: tu@miit.ru

**КОНФИГУРАЦИЯ ПРОГРАММНО-
ИНФОРМАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА
БЮДЖЕТНОГО УПРАВЛЕНИЯ ХОЛДИНГОМ**

**SOFTWARE-INFORMATION COMPLEX
BUDGET MANAGEMENT CONFIGURATION
OF HOLDING COMPANY**

А.В. ДЕГТЯРЕВ, к.э.н.

Зав. кафедрой «Экономическая информатика»
Московский авиационный институт

С.И. ДОРОХОВА, аспирант

Кафедра «Экономическая информатика»
Московский авиационный институт

A.V. DEGTYAREV, Cand. of economic sci.

Head of «Applied Informatics in Economics» Department
Moscow Aviation Institute

S.I. DORONOVA, postgraduate student

«Applied Informatics in Economics» Department
Moscow Aviation Institute

Аннотация

В статье рассматриваются концепция, принципы, финансово-экономические методы и компонентная структура построения современных информационных систем управления финансово-экономической деятельностью российских предприятий на основе бюджетирования и управленческого учета. Материал написан на основе практического внедрения проектов систем финансово-экономического управления в организациях различного типа (холдинги, строительные, промышленные и торговые предприятия, организации по оказанию услуг).

Abstract

This paper explores the concept, principles, financial-economic methods and component structure of building modern management information systems of financial-economic activity of Russian enterprises on the basis of budgeting and managerial accounting. Material is based on the practical implementation of projects of economic and financial management in organizations of various

types (holding companies, construction, industrial and commercial enterprises, organizations providing services).

Ключевые слова: Функции управляющей компании, финансово-экономические методы управления, компонентная структура программно-информационного комплекса, бюджет доходов и расходов, бюджет движения денежных средств, импорт данных, программная консолидация бюджетов.

Keywords: The functions of the management company, financial-economic management, component structure of the program-informational complex, budget revenues and expenditures, cash flow, budget data import, software consolidation of budgets.

В настоящее время движущей силой российской экономики во всех отраслях являются крупные объединения, большая часть которых организована по типу холдинга – деятельностью нескольких предприятий руководит управляющая компания, причем в ряде случаев (многопрофильные корпорации) деятельностью отдельных управляющих компаний в свою очередь руководит головная управляющая компания корпорации. При этом сама «производственная» деятельность (как одно из направлений – оказание услуг) осуществляется, как правило, на предприятиях нижнего уровня, в то время как одним из основных видов деятельности управляющих компаний становится финансово-экономическое управление дочерними предприятиями, входящими в холдинг.

Эффективное финансово-экономическое управление в холдинге невозможно без разработки соответствующего программно-информационного комплекса бюджетного управления (ПК БУ), однако его создание представляется нереальным при отсутствии четко сформулированной концепции финансово-экономического управления холдингом. Авторы не претендуют на то, что изложенные ниже положения концепции управления являются единственно верными и универсальными, однако именно они явились базисом для дальнейшей разработки ПК БУ. Основными положениями концепции являются:

1. Функции управляющей компании и дочерних организаций холдинга четко разделены:

- Управляющая компания руководит деятельностью дочерних компаний в первую очередь с помощью финансово-экономических методов, а именно:

- сдача дочерним организациям в аренду принадлежащего ей имущества;

-
- утверждение, контроль исполнения и корректировка нормативной базы планирования для дочерних организаций;
 - утверждение, контроль исполнения и корректировка системы годовых и квартальных бюджетов дочерних организаций;
 - перераспределение прибыли внутри холдинга за счет дифференцированной арендной платы;
 - утверждение, контроль исполнения и корректировка инвестиционных программ развития дочерних организаций;
 - обеспечение дочерних организаций необходимыми оборотными средствами, в том числе за счет заемных средств.

- Дочерние организации осуществляют деятельность по «производству» и реализации услуг при минимально-необходимом объеме обеспечивающей деятельности с широким использованием аутсорсинга.

2. Для каждой функции и задачи управления назначается руководитель, отвечающий за конечный результат и наделенный всей полнотой прав. Права и обязанности руководителя любого уровня полностью сбалансированы и увязаны с правами и обязанностями руководителей верхнего уровня и руководителями смежных подразделений.

3. Реализация функции финансово-экономического управления основана на технологии бюджетного управления. В части реализации функции финансово-экономического управления для каждого руководителя/подразделения в обязательном порядке должен быть определен его финансовый статус – возможности распоряжения выделенными ему ресурсами, в т.ч. финансовыми.

4. Объемы выделяемых ресурсов для получения запланированного результата доводятся до руководителей в виде соответствующих бюджетов. Бюджеты формируются по уровням иерархии управления от укрупненных на верхнем уровне к детализированным на нижних. Детализация бюджетов нижних уровней определяется решаемыми задачами. Форматы бюджетов должны обеспечивать однозначный переход от бюджетов верхнего уровня к бюджетам нижнего уровня и обратно.

5. Финансово-экономическое бюджетное планирование проводится:

- по доходным статьям – на основе изучения рынка и прогнозирования;
- по регулируемым статьям расходов - только на основе нормативов;
- по прочим статьям расходов – на основе законодательства и действующих договоров.

6. Руководитель полностью самостоятелен в своих действиях по использованию выделенных ему бюджетом ресурсов, в том числе вправе в оговоренных пределах перераспределять ресурсы как по видам, так и по местам их использования. Руководитель вправе использовать ресурсы,

сэкономленные в истекшем периоде, в последующих периодах. При перерасходе ресурсов в истекшем периоде объем ресурсов последующего периода уменьшается на величину перерасхода.

7. Организация системы управленческого учета полностью определяется решаемыми задачами управления и направлена на оперативное и достоверное заполнение отчетных частей всех принятых на предприятии бюджетов.

8. Управление экономическими показателями реализуется за счет:

- оперативного учета объема произведенных и реализованных услуг;
- оперативного пересчета нормируемых расходов по статьям ресурсов в зависимости от фактического объема произведенных и реализованных услуг;
- методик обоснованного перехода от нормируемых расходов по статьям к лимитам платежей по соответствующим статьям;
- неукоснительного соблюдения в платежном календаре лимитов платежей по каждой из статей бюджета.

Многолетний опыт работы авторов позволил разработать ряд программных продуктов автоматизации бюджетного управления как для отдельных предприятий, так и холдингов, базирующихся на методических разработках российских ученых, в первую очередь [1-3]. В основу разработки программного комплекса бюджетного управления (ПК БУ) холдинга была положена структурно-функциональная модель бюджетного процесса, представленная на рис. 1.

Целью создания ПК БУ является повышение эффективности работы всех предприятий холдинга на основе создания информационной системы поддержки решений в сфере бюджетного управления предприятиями при одновременном сокращении трудоемкости работ по регистрации и обработке бюджетной информации за счет комплексной автоматизации решения следующих задач:

- поддержка децентрализованного формирования плановых данных в разрезе предприятий холдинга с возможностью централизованного доступа к информации и ее консолидации;
- формирование и предоставление информации с соблюдением требований полноты и заданного уровня обобщения плановых данных с возможностью перехода на требуемые уровни детализации, а также наглядного и взаимоувязанного представления данных;
- повышение оперативности обработки информации;
- обеспечение актуализации результатной информации с учетом изменений исходных данных на всех уровнях детализации;

- обеспечение оперативного формирования установленных форм отчетности.

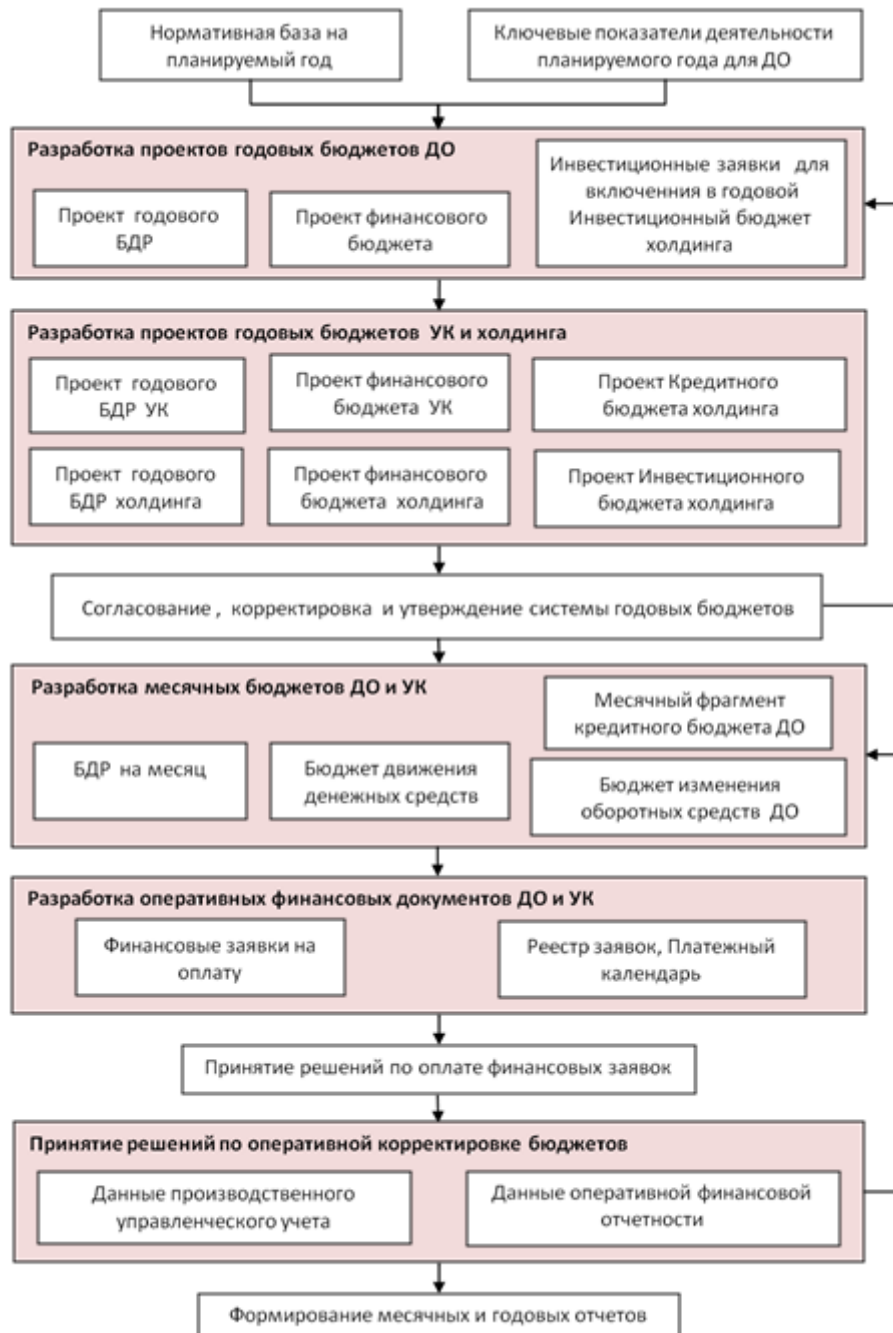


Рис.1. Структурно-функциональная модель бюджетного процесса.

При создании ПК БУ должны быть реализованы:

- единая технология обработки информации, используемой при решении задач бюджетного управления холдингом;
- децентрализованная (на уровне дочерних организаций холдинга) система для регистрации, первичной обработки и хранения данных;

- возможность обмена данными между предприятиями и управляющей компанией;
- система (на уровне управляющей компании) для централизованной обработки данных, их обобщения и формирования консолидированных бюджетов.

Таким образом, в процессе проектирования и программной реализации автоматизированной системы бюджетного управления должно быть предусмотрено:

- предоставление пользователям необходимого инструментария для управления комплексом;
- наличие средств, достаточных для ввода и редактирования исходных данных, необходимых для выполнения расчетов;
- наличие средств, необходимых для эффективной работы с результатами расчетов как в электронной форме, так и при подготовки документов на бумажных носителях;
- наличие средств доступа на уровне управляющей компании к данным дочерних предприятий холдинга;
- наличие набора программных компонент, способных выполнять необходимые расчеты как на этапе разработки бюджетов дочерних предприятий, так и на этапе разработки консолидированного бюджета.

В качестве критериев оценки достижения целей были выбраны:

- функциональная полнота ПК БУ определяемая:
 - предоставлением пользователям инструментария управления комплексом;
 - наличием средств, достаточных для ввода исходных данных, необходимых для выполнения расчетов;
 - возможностью обмена данными между предприятиями и головной организацией холдинга;
 - способностью выполнять необходимые расчеты, как на этапе разработки локальных бюджетов предприятий, так и на этапе подготовки консолидированного бюджета.
- снижение трудоемкости и времени выполнения процедуры формирования бюджетов на стадии планирования.

Автоматизированная система бюджетного управления состоит из двух программных комплексов, включающих четыре подсистемы, выделенных по календарному (год, месяц) и организационному (предприятие, холдинг) признакам (рис. 2).

Подсистема “Годовой бюджет предприятия” обеспечивает автоматизированное формирование бюджетов предприятий на этапе годового планирования и включает функции разработки и корректировки (с учетом требований управляющей компании) проектов годовых

бюджетов предприятий с целью подготовки и утверждения эталонных версий годовых бюджетов.

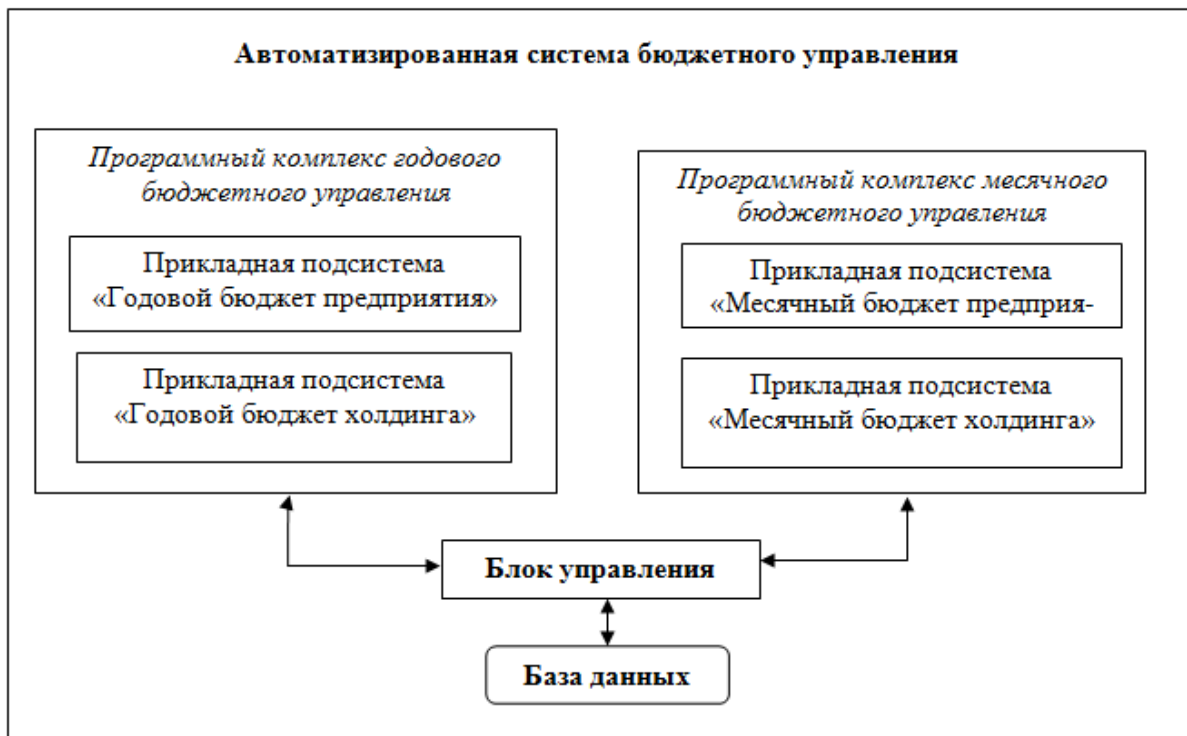


Рис. 2. Конфигурация автоматизированной системы бюджетного управления.

В составе задач, решаемых подсистемой, выделяются следующие функциональные блоки:

- формирование инвестиционного бюджета предприятия на этапе годового планирования;
- формирование кредитного бюджета предприятия на этапе годового планирования;
- формирование базовых показателей Бюджета Доходов и Расходов (БДР) предприятия на этапе годового планирования.

Основные результаты функционирования данной подсистемы:

- электронная версия бюджетов для организации информационного интерфейса с подсистемой “Годовой бюджет холдинга”;
- комплект бюджетов на бумажном носителе.

Подсистема “Годовой бюджет холдинга” обеспечивает автоматизированное формирование бюджетов холдинга на этапе годового планирования и включает функции импорта бюджетов предприятий, подготовленных в подсистеме "Годовой бюджет предприятия", их консолидации, а также анализа, выработки решений по корректировке бюджетов дочерних предприятий и их согласования с целью построения сводного эталонного бюджета холдинга.

В составе задач, решаемых данной подсистемой, выделяются следующие функциональные блоки:

-
- импорт данных проектных (или эталонных) версий годовых инвестиционных бюджетов предприятий;
 - формирование годового инвестиционного бюджета холдинга на основе эталонных версий годовых инвестиционных бюджетов предприятий путем их агрегирования по статьям бюджета;
 - формирование годового кредитного бюджета холдинга на основе эталонных версий годовых кредитных бюджетов предприятий путем их агрегирования по статьям бюджета;
 - формирование годового БДР холдинга на основе эталонных версий годовых бюджетов доходов и расходов предприятий путем их агрегирования по статьям бюджета.

Основной результат функционирования подсистемы – комплект консолидированных бюджетов холдинга как в электронном виде, так и на бумажном носителе.

Состав элементной базы прикладных подсистем программного комплекса годового бюджетного управления представлен в [3] в разрезе следующих основных групп, выделенных по назначению элементов:

- элементы Главного меню системы (позиции и опции), обеспечивающие доступ пользователя к функциональным и технологическим процедурам подсистем;
- основные диалоговые окна, обеспечивающие настройку подсистем и доступ к процедурам работы с бюджетной информацией в различных режимах;
- вспомогательные диалоговые окна, позволяющие пользователю работать с данными в режимах ввода, просмотра, обновления информации;
- служебные окна, предназначенные для диалога подсистем с пользователем в случаях необходимости принятия решений, либо для информационного сопровождения пользователя при выполнении операций с данными;
- экранные окна предварительного просмотра документов.

Подсистема "Месячный бюджет предприятия" обеспечивает автоматизированное формирование бюджетов предприятий на этапе месячного планирования и включает функции разработки и корректировки проектов месячных бюджетов предприятий с учетом фактического исполнения бюджетных планов, а также формирование отчетности об исполнении месячных бюджетов.

В составе задач, решаемых подсистемой, выделяются следующие функциональные блоки:

- формирования базовых показателей месячных БДР предприятия на этапе месячного планирования;

- формирования базовых показателей месячных Бюджетов Движения Денежных Средств (БДДС) предприятия на этапе месячного планирования;

- формирования и распределения финансовых потоков предприятия на этапе месячного планирования;

- экспорта базовых показателей месячных БДР и БДДС для согласования с головной организацией холдинга.

Основные результаты функционирования подсистемы:

- электронная версия месячных бюджетов предприятий;

- комплект месячных бюджетов и отчетов организации на бумажном носителе.

Подсистема “Месячный бюджет холдинга” обеспечивает автоматизированное формирование бюджетов холдинга на этапе месячного планирования и включает функции импорта бюджетов предприятий, подготовленных в подсистеме “Месячный бюджет организации” и их консолидацию, а также анализа, выработки решений по корректировке бюджетов организаций и их согласования с целью построения сводного бюджета холдинга.

В составе задач, решаемых данной подсистемой, выделяются следующие функциональные блоки:

- импорт данных проектных версий базовых показателей месячных БДР и БДДС предприятий;

- формирование базовых показателей месячного БДР и БДДС холдинга на основе проектов месячных БДР и БДДС предприятий путем их агрегирования по статьям бюджета.

Основным результатом функционирования подсистемы является комплект консолидированных бюджетов холдинга и схем формирования и распределения финансовых потоков на бумажном носителе.

Базовые элементы структуры прикладных подсистем программного комплекса месячного бюджетного управления представлены в [3].

В связи с интеграцией подсистем (Приложений) для годового и месячного бюджетирования в рамках одной организации BS- и BSM-Приложения (подсистемы) могут быть реализованы в рамках единого программного комплекса (интегрированный комплекс – B8&B8M-Приложение), который содержит элементы обеих подсистем на уровне предприятия. Аналогичным образом построена система консолидации бюджетов на уровне головной организации холдинга, объединяющая BM- и BMM-Приложения (подсистемы) в интегрированном комплексе – BM&BMM-Приложении.

В связи с этим при работе с подсистемами месячного бюджетного планирования и формирования отчетности должны быть доступны для просмотра и печати показатели и документы, сформированные и утвержденные на этапе годового планирования. Вместе с тем функции

ввода и редактирования данных в основных и вспомогательных формах подсистем годового планирования заблокированы и не позволяют "задним числом" вносить изменения в годовые бюджеты во избежание нарушения целостности данных бюджетной системы.

Описанная конфигурация ПК БУ была реализована и зарегистрирована в Федеральной службе по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам [4]. В ее рамках:

- создана единая технология обработки плановой информации, используемой при решении задач бюджетного управления холдингом;
- создана децентрализованная (на уровне предприятий холдинга) система для регистрации, первичной обработки, хранения и передачи данных;
- реализована схема доступа (на уровне головной организации) к данным предприятий холдинга;
- создана система (на уровне головной организации) для централизованной обработки данных, их обобщения и формирования консолидированных бюджетов.

Библиографический список

1. Лепин В.В. Разработка методов бюджетного управления холдингом с дивизиональным типом дочерних организаций. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук (спец. 08.00.05). Москва, 2006. 153 с.

2. Иозайтис В.С., Лепин В.В. Бюджет доходов и расходов и способы управления его исполнением // *Управленческий учет и финансы*. 2006. № 3 (7).

3. Иозайтис В.С., Дегтярев А.В., Вдовин В.А., Дорохова С.И. Бюджетное управление финансово-экономической деятельностью на основе современных информационных технологий на авиационных предприятиях: теория и практика. М.: МАИ-ПРИНТ, 2010. 426 с.

4. Иозайтис В.С., Дегтярев А.В., Вдовин В.А., Дорохова С.И. Программный комплекс годового и месячного бюджетного управления холдинга» (программа для ЭВМ). Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2010612935 от 30.04.2010 выдано Федеральной службой по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам.

Контактная информация:

+7 (499) 158-43-09

e-mail: dega@dubki.ru, k504@mai.ru

МОДЕЛИРОВАНИЕ ОХВАТА АУДИТОРИИ WWW-САЙТОВ ПРИ ПОМОЩИ СМЕСИ БЕТА-БИНОМИАЛЬНЫХ РАСПРЕДЕЛЕНИЙ

BETA-BINOMIAL MIXTURE WEB-SITE EXPOSURE MODEL

Л.Л. ДЕЛИЦЫН, к.т.н., доцент

Московский государственный университет культуры и искусств

Т.А. ПОДЛЕСНАЯ, аспирант

Московский государственный университет культуры и искусств

L.L. DELITSIN, Cand. of technical sci., Ass. professor

Moscow State University of Culture and Arts

T.A. PODLESNAYA, postgraduate student

Moscow State University of Culture and Arts

Аннотация

Бета-биномиальное распределение интенсивности использования информационных ресурсов широко используется в медиаметрии. Однако высокая доля нерегулярных посетителей WWW-сайтов не позволяет использовать классическую бета-биномиальную модель для интерпретации данных онлайн-панелей. Кроме того, российские онлайн-панели в настоящее время не публикуют отдельно охват офисной и домашней аудитории, в результате чего кумулятивные кривые охвата осложнены эффектом выходных дней. Предлагаемая нами модель позволяет преодолеть оба препятствия и удовлетворительно описать данные онлайн-панелей при помощи вероятностной смеси бета-биномиальных распределений.

Abstract

Two obstacles preclude successful use of traditional beta-binomial model by Web media planners. First, many Web sites have a large percentage of irregular audience that they are sharing through banner and text exchanges networks. Besides, currently Russian online panels do not publish home and office audience data separately, thus weekends further complicate cumulative reach curves. We propose a mixture of beta-binomial distribution that allows to fit online panel data on large Web-based mail portal and popular online newspaper.

Ключевые слова: медиаметрия, кумулятивные кривые, охват аудитории, бета-биномиальное распределение, вероятностная смесь, онлайн-СМИ.

Keywords: media measurement, cumulative reach, beta-binomial distribution, mixture model, online media.

Интернет становится одним из основных каналов распространения рекламы. По данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) в 2010 году на Интернет пришлось 22,6 млрд. рублей, что составило 10,5% российских рекламных расходов и более, чем вдвое превысило объем рекламы на радио (4,8%) [6]. По прогнозу рекламного холдинга “Видео Интернешнл” в 2013 году доля Сети вырастет почти до 15%, что позволит Интернету стать вторым по объему рекламоносителем, обойдя наружную рекламу и прессу и уступая лишь телевидению (52%) [8]. Таким образом, в Интернет устремились большие бюджеты, которые при неаккуратном медиапланировании способны породить и большие потери рекламодателей. Однако, в отличие от традиционных медиа, где за послед полвека было апробировано несколько количественных моделей охвата аудитории, моделирование охвата аудитории Интернет-ресурсов (сайтов, площадок) пока не получило достаточного развития. В данной работе мы предлагаем модель, использующую вероятностную смесь бета-биномиальных распределений интенсивности использования информационного ресурса, которая апробирована нами на данных онлайн-панели об аудитории двух крупных российских Интернет-площадок: почтового портала и газеты.

Начиная с 2006 года, онлайн-панели становятся основным инструментом исследования поведения аудитории крупных проектов российского Интернета. Под онлайн-панелью принято понимать совокупность людей, согласившихся регулярно участвовать в онлайн-исследованиях. Для этого участники панели регистрируются на сайте исследовательской компании и заполняют анкету, в которой указывают свой возраст, пол и другие социально-демографические и потребительские данные. Здесь мы предлагаем модель для описания данных панелей, которые используются для измерения охвата аудитории WWW-сайтов.

Существует два основных способа таких измерений. При так называемом “site-centric” подходе используется специальный “счетчик” – программное обеспечение, которое фиксирует факт обращения компьютера к ресурсу при помощи т.н. записи “cookie” на пользовательском диске. Такой счетчик устанавливается на всех WWW-сайтах, владельцы которых желают воспользоваться панелью для измерения аудитории. Однако в отличие от традиционных Интернет-счетчиков, которые видят только

“cookie”, операторы онлайн-панели знают социально-демографические и потребительские характеристики членов панели, на дисках которых записаны “cookie”. Собранный статистика поведения панелистов затем экстраполируется на всю аудиторию площадки. Описанный способ в настоящее время наиболее часто используется исследовательскими компаниями для измерения аудитории крупных российских WWW-сайтов.

При другом подходе, который получил название “user-centric”, счетчик не используется, но на пользовательский диск устанавливают специальную программу, которая сообщает исследователям о всех передвижениях пользователя по Всемирной паутине. Такой подход со второй половины 90-х гг. используют компании Nielsen//NetRatings и Comscore, при этом им удается собрать определенные сведения о российских пользователях Интернета, которые, пока не нашли широкого применения. В октябре 2010 года первые российские данные “user-centric”-панели опубликовала компания TNS-Россия.

Вне зависимости от того, какой способ используется – “user-centric” или “site-centric”, панель позволяет понять, как люди используют онлайн-ресурс. Панельные измерения сообщают, сколько людей, определенного возраста и пола, пользовались WWW-сайтом за выбранный промежуток времени.

Традиционный инструмент медиапланирования – это кумулятивные (накопленные) кривые охвата аудитории, которые показывают долю панелистов, использовавших ресурс в течение заданного периода времени с заданной частотой. В медиапланировании кумулятивные кривые используются с 50-х гг. XX века – в первую очередь для расчета охвата и частоты использования ресурсов [1,2].

На рис. 1 приведены *кумулятивные кривые охвата аудитории* за период от 1 до 30 дней для двух крупных ресурсов российского Интернета – почтового сервиса и онлайн-СМИ (газеты). Мы использовали данные измерений одной из крупнейших российских онлайн-панелей. По вертикали отложено число членов панели, посетивших сайт несколько раз в течение заданного периода времени. Период времени измеряется в сутках и отложен по горизонтали. Подписаны три первые кумулятивные кривые. Рисунок позволяет немедленно определить важные различия в поведении аудитории почтового портала и газеты. Действительно, хотя аудитория газеты за месяц составляет 26% аудитории почтового сервиса, но по количеству тех, кто побывал на ресурсе два дня за месяц газета уступает уже в десять раз. По количеству побывавших на сайте три раза – в двадцать.

В работах [3-4] описана модель поведения пользователя онлайн-ресурса, с учетом смены файлов cookies. Эта модель предназначена для интерпретации данных онлайн-счетчиков и довольно сложна. К счастью, при использовании онлайн-панели эффект обновления cookies отсутствует,

что значительно упрощает модель, позволяя легче применять ее на практике [5].

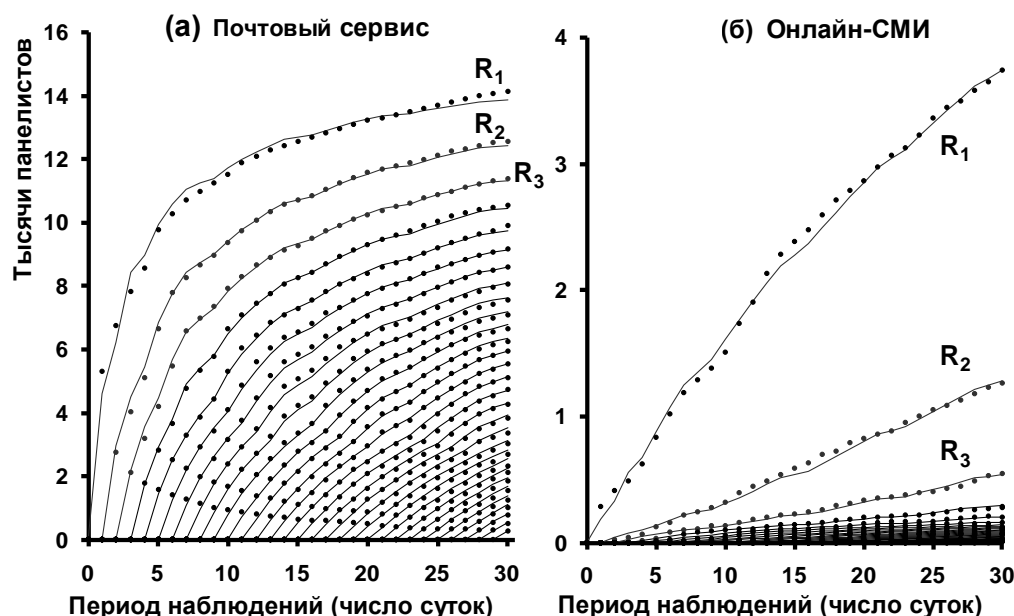


Рис. 1. Кумулятивные охваты аудитории двух ресурсов по данным онлайн-панели: а) почтовый портал, б) сайт популярной газеты. Точки – данные измерений онлайн-панели, сплошные линии – результаты моделирования.

В простейшей модели с непрерывным временем процесс использования онлайн-ресурса пользователем (посетителем, читателем, зрителем) представляет собой так называемый *простейший поток событий* [3-4]. Это значит, что поведение каждого пользователя “стационарно”, иными словами:

1. Все сутки являются рабочими днями, а выходные и праздники отсутствуют.
2. Не возникает новых пользователей, а существующие пользователи никогда не отказываются от использования ресурса.
3. Процесс ординарен и не обладает “последствием”.

В модели простейшего потока каждый посетитель площадки характеризуется всего лишь одним параметром – интенсивностью использования ресурса λ . Если измерения проводятся в дискретные моменты времени, например, один раз в сутки, то простейшей моделью поведения пользователя является последовательность испытаний (схема Бернулли), в которой вероятность обращения к ресурсу в течение суток есть

$$\theta = 1 - \exp(-\lambda \Delta t), \quad (1)$$

где Δt – одни сутки.

Вероятность того, что член панели, характеризуемый параметром θ , будет зарегистрирован счетчиком на изучаемом ресурсе ровно k дней из n , описывается биномиальным распределением:

$$p(k; n, \theta) = \binom{n}{k} \theta^k (1 - \theta)^{n-k}. \quad (2)$$

(Очевидно, что $\theta \geq 0$, k и n – целые числа, $0 \leq k \leq n$, а $\binom{n}{k} = \frac{n!}{k!(n-k)!}$ – биномиальные коэффициенты). Для удобства мы используем слово “день” как синоним к слову “сутки”.

Предположим теперь, что членов панели очень много, и они отличаются только своими параметрами θ . Пусть распределение членов панели по параметру θ описывает плотность $\varphi(\theta)$. Математическое ожидание доли членов панели, которые зарегистрированы счетчиком на изучаемом ресурсе в точности k дней из n , составит

$$x_k(n) = \binom{n}{k} \int_0^1 \theta^k (1 - \theta)^{n-k} \varphi(\theta) d\theta \quad (3)$$

Современные онлайн-панели предоставляют наборы значений $x_k(n)$ для весьма широкого диапазона значений n . В частности, для выполнения этого исследования нам были предоставлены данные одной из таких панелей для $n = 1, 2, \dots, 120$. Отметим, что для восстановления вида функции $\varphi(\theta)$ по данным наблюдений достаточно использовать лишь дискретные моменты времени (хотя теоретически может оказаться необходимым вести наблюдения бесконечно долго).

Классическая бета-биномиальная модель Хайета-Мезерингэма стала широко известной благодаря статье Р. Мезерингэма [2]. В 50-е гг. XX в. Дж. П. Хайет предложил использовать в качестве функции $\varphi(\theta)$ бета-распределение:

$$\varphi(\theta) = c \cdot \theta^{\alpha-1} (1 - \theta)^{\beta-1}, \quad (4)$$

где $\alpha \geq 0$ и $\beta \geq 0$ – параметры бета-распределения, c – постоянная, выбранная так, чтобы площадь криволинейной трапеции между кривой $\varphi(\theta)$ и горизонтальной осью (в пределах $0 \leq \theta \leq 1$) была равна единице. Величина этой постоянной хорошо известна, и равна $c = \frac{1}{B(\alpha, \beta)}$, где $B(\alpha, \beta)$ – бета-

функция Эйлера.

Выражение для величины $x_k(n)$ имеет вид

$$x_k(n) = \binom{n}{k} \frac{B(k + \alpha, n - k + \beta)}{B(\alpha, \beta)} \quad (5)$$

и носит название *бета-биномиального распределения*. Для расчета теоретических кумулятивных кривых охвата аудитории достаточно просуммировать величины, рассчитанные по формуле (5):

$$R_k(n) = x_1(n) + x_2(n) + \dots + x_k(n), \quad (6)$$

где $R_k(n)$ – k -й кумулятивный (накопленный) охват аудитории за n дней, то есть доля членов панели (в общем объеме панели), которые были зарегистрированы на изучаемом ресурсе *не менее* k дней из n .

Заметим, что используемая в (6) величина k отличается от широко используемого на практике параметра “частоты” контактов с рекламным сообщением f . Однако если поведение пользователя удовлетворяет модели простейшего потока событий, то теория позволяет, оценив $\varphi(\theta)$, получить затем расчетные оценки и для $R_f(n)$. Добавим, что данные онлайн-панелей имеют форму именно $R_k(n)$ (или $x_k(n)$), и традиционная теория [1-2] развита для них же, поэтому мы будем работать с величиной k , ограничившись сделанным замечанием, что она не совпадает с f .

Бета-биномиальное распределение широко используется в медиа-планировании, в частности, для аппроксимации кумулятивного охвата аудитории газет и других медиа. Предпринимались попытки применить его к данным панельного исследования аудитории крупных Интернет-ресурсов [5].

К сожалению, как показано в работе [5], классическая бета-биномиальная модель неудовлетворительно описывает данные онлайн-панели об аудитории Интернет-ресурсов. Основных причин две: различие в поведении “офисной” и “домашней” аудитории, а также наличие значительной доли нерегулярных пользователей у большинства Интернет-ресурсов. Офисная аудитория отличается от домашней тем, что не пользуется рабочими компьютерами по выходным и в праздники и, соответственно, не может быть обнаружена оператором онлайн-панели в эти дни. Регулярная аудитория состоит из лояльных пользователей ресурса, а “нерегулярная” – из посетителей, которые изредка попадают на сайт под действием рекламы (“кликают” в графический или текстовый баннер), но не становятся лояльными пользователями. В частности, у Интернет-СМИ, которые чрезвычайно интенсивно обмениваются друг с другом баннерными и текстовыми “тизерами”, почти вся читатели могут не быть регулярными пользователями.

Предлагаемая нами модель с использованием бета-биномиальной смеси использует следующие предположения:

(1) Аудитория каждого ресурса состоит из четырёх сегментов, которые мы условно назовём: 1) домашний регулярный; 2) домашний нерегулярный; 3) офисный регулярный; 4) офисный нерегулярный. Доли этих сегментов в общей аудитории ресурса обозначим соответственно w_1, w_2, w_3 и w_4 . Очевидно, доли неотрицательны и $w_1 + w_2 + w_3 + w_4 = 1$.

(2) Для каждого из четырёх сегментов поведение пользователей можно описать формулой (5), причем каждый i -й сегмент характеризуется индивидуальными параметрами α_i и β_i ($i=1..4$). Формулы для част-

ных охватов каждого из сегментов $x_k^{(i)}(n)$ ($i=1..4$) даны в таблице 1 и поясняются ниже.

(3) *Домашняя* аудитория состоит из пользователей, которые заходят на сайт со своего домашнего компьютера в любой день недели, в том числе – в выходные и праздники. *Офисная* же аудитория по выходным и в праздники ресурсом не пользуется. Поэтому для офисной аудитории целесообразно измерять время не в сутках, а в количестве *рабочих дней*. Для офисного регулярного и офисного нерегулярного сегментов в формуле (5) следует заменить полное число суток (включающее выходные) n на $m(n)$, то есть на число рабочих дней, пришедшееся на изучаемый период времени (n суток). Отметим, что величины $m(n)$ могут различаться для различных месяцев.

Безусловно, предположения пункта (4) чрезмерно упрощают реальное поведение пользователей. Тем не менее, рассчитанные при помощи нашей модели кумулятивные кривые охвата оказываются гораздо ближе к данным наблюдений, чем полученные при помощи классической (одно-сегментной) бета-биномиальной модели [5].

Для доли членов панели, которые зарегистрированы счетчиком на изучаемом ресурсе в точности k дней из n , мы предлагаем формулу

$$x_k(n) = w_1 x_k^{(1)}(n) + w_2 x_k^{(2)}(n) + w_3 x_k^{(3)}(n) + w_4 x_k^{(4)}(n) \quad (7)$$

Взвешенную сумму вида (7) принято называть *вероятностной смесью*. Такие суммы мы и подставляем в формулу (6) для расчета кумулятивных кривых охвата аудитории.

Таблица 1.

Формулы частных охватов $x_k(n)$ для четырех сегментов аудитории.

Регулярный	Нерегулярный
Домашний $x_k^{(1)} = \binom{n}{k} \frac{B(k + \alpha_1, n - k + \beta_1)}{B(\alpha_1, \beta_1)}$	Домашний $x_k^{(2)} = \binom{n}{k} \frac{B(k + \alpha_2, n - k + \beta_2)}{B(\alpha_2, \beta_2)}$
Офисный $x_k^{(3)} = \binom{m(n)}{k} \frac{B(k + \alpha_3, m(n) - k + \beta_3)}{B(\alpha_3, \beta_3)}$	Офисный $x_k^{(4)} = \binom{m(n)}{k} \frac{B(k + \alpha_4, m(n) - k + \beta_4)}{B(\alpha_4, \beta_4)}$

Двенадцать параметров α_i, β_i, w_i ($i=1..4$) (из которых свободны – одиннадцать), для каждого изучаемого ресурса заранее неизвестны, но могут быть оценены при помощи данных онлайн-панели статистическими методами. Мы провели такую оценку методом наименьших квадратов для двух описанных выше Интернет-сайтов.

Как показывает рис. 1, описанная модель удовлетворительно аппроксимирует кумулятивные кривые, полученные при помощи онлайн-панели. Подчеркнем, что сплошные линии на рис. 1 – не просто соединительные

линии, а теоретические кумулятивные кривые, рассчитанные при помощи формул (6), (7) и формул из таблицы 1.

Доля “офисной” аудитории для изученных нами ресурсов оказалась невелика (не более 20% от общей), но может значительно отличаться у деловых и развлекательных сайтов. Значительно варьирует и доля регулярной аудитории – от 71% у почтового портала до 2% у некоторых онлайн-СМИ. Как показали обсуждения этих цифр с рекламодателями, “текучий” характер аудитории Интернет-СМИ не является для них секретом. Тем не менее, рекламодатели хотели бы, чтобы их рекламные сообщения появлялись не только при использовании почты или поиска, но и в более разнообразном контексте, в том числе и при чтении новостей, несмотря на малую лояльность пользователей.

Добавим, что некоторые из важных для управления онлайн-аудиторией выводы можно было бы сделать и без математического моделирования, используя лишь эмпирические функции распределения вероятностей. Однако количественная модель необходима для медиапланирования [7-9], которое будет играть все более важную роль в Интернете по мере роста рекламных бюджетов. Мы ожидаем, что моделирование кумулятивных кривых охвата аудитории Интернет-ресурсов при помощи смеси бета-биномиальных распределений войдет в состав программного обеспечения, используемого в медиапланировании, и найдет широкое применение на практике.

Библиографический список

1. Metheringham R.A. Measuring the Net Cumulative Coverage of a Print Campaign // *Journal of Advertising Research*. 1964. № 4. Pp. 23-28.
2. Rust R. Advertising media models. A practical guide. Lexington Books. 1986. 159 p.
3. Делицын Л.Л. Кумулятивные кривые охвата и проблема динамики аудитории российского Интернета // *Интернет-маркетинг*. 2008. № 5. С. 280-292.
4. Делицын Л.Л. О проблеме согласования различных способов подсчета охвата аудитории WWW-ресурсов // *Научно-технические ведомости СПбГПУ. Информатика. Телекоммуникации. Управление*. 2009. № 1. С. 164-170.
5. Делицын Л.Л. Одна бета-биномиальная модель хорошо, а две лучше // *Интернет-маркетинг*. 2011. № 1.
6. Объем рынка маркетинговых коммуникаций России в 2010 году. [Электрон. текст. ресурс]. Режим доступа: http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id457
7. Попов Е.В., Шматов Г.А. Количественные методы медиапланирования // *Менеджмент в России и за рубежом*. 2009. № 5. С. 36-44.

8. Прогноз развития российского рекламного рынка до 2015 года // Коммерсантъ, № 197 (4497). 22.10.2010.

9. Шматов Г.А. Математическая теория медиапланирования: монография. Екатеринбург: Ин-т экономики УрО РАН, 2009. 329 с.

Контактная информация:

8 (495) 570-32-11

e-mail: ieup@mguki.ru

СОВРЕМЕННЫЕ СИСТЕМЫ БРОНИРОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ

CURRENT BOOKING SYSTEM FOR TOURISM

Н.В. ДМИТРИЕВА, к.э.н., доцент

Кафедра «Менеджмент на предприятиях туризма
и гостиничного хозяйства»

Институт туризма и гостеприимства (филиал)

ФГОУВПО «Российский государственный университет туризма и
сервиса»

N.V. DMITRIEVA, Cand. of economic sci., Ass. professor

«Management of enterprises of tourism and hotel industry» Department
Tourism and Hospitality Institute, branch of
«The Russian State University of Tourism and Service»

Аннотация

В статье рассматриваются современные системы бронирования в сфере туризма. Определяются место и функции систем бронирования в цепочке взаимодействия между субъектами туристского рынка. Выявляется роль современных систем бронирования в туристской сфере, а также рассматриваются новые возможности современных систем бронирования на туристском рынке.

Abstract

The paper reviews the current reservation system in tourism. The location and function of reservation systems in the chain of interactions between actors of the tourist market is determined. The role of modern reservation systems in the tourism sector, as well as consider new possibilities of modern reservation systems in the tourist market reveals.

Ключевые слова: онлайн-бронирование, информационный ресурс, туристский портал, продвижение услуг, технологическая база, автоматизация деятельности, сетевые технологии.

Keywords: online booking, information resource, tourist portal, promotion of services, technology base, automation activities, and network technology.

Продвижение услуг гостиницы, а также бронирование номеров и сопутствующие услуги (например, авиабилеты) сегодня активно и успешно продвигаются многими компаниями в сети интернет. Сегодня, при помощи систем онлайн-бронирования можно найти нужный отель и в любом месте мира и забронировать там номер практически за пару минут. Не отстает от этих тенденций и Россия, хотя в ряде случаев это сопряжено для туристов с большими временными затратами.

Тем не менее, прогресс не остановить и современные условия международного и региональных рынков заставляют гостиничные, авиа- и туристические компании инвестировать средства в развитие соответствующих своему времени способов реализации своих продуктов, быстрых и эффективных в плане прибыли [2].

Для мировой практики стало серьезной проблемой вывести уровень технологий на уровень, который позволял бы клиентам гостиничных сетей бронировать номера и оплачивать услуги в действительной легкой и простой форме. Технологическая база на сегодня представляет автоматизацию офисных систем, компьютерное бронирование и т. п., однако действительно большое значение имеют сейчас непосредственно места сбыта услуг, а именно размещение объявлений на площадках порталов о туризме и гостиницах, аукционы на электронной основе и модули онлайн-бронирования с возможностями обратной связи и максимального контакта с потребителем [1].

Сайты бронирования, вроде booking.com или hotels.ru на данный момент являются действительно эффективными средствами продажи гостиничных услуг и порой дают 10 процентов загрузки отелей, приводя десятки и сотни новых клиентов.

Современные системы, реализующие онлайн-бронирование, дают возможность, как резервирования, так и оплаты гостиничных услуг круглосуточно в любой день, а процесс транзакции и закрепления услуги за клиентом происходит в реальном времени. Более того, зачастую благодаря онлайн-бронированию появляется возможность экономии, как для отелей, так и для клиентов: это частые дисконтные скидки, зависящие от сезона и доходящие порой до 30% [3]. Порталы онлайн-бронирования упрощают поиск подходящего человеку варианта в разы, так как на них собрана и постоянно обновляется информация о свободных номерах в гостиницах по всему миру. Для России, особенно для отелей, не предоставляющих на своём сайте достаточно информации, не размещающих модуль IBE или вообще не представленных в интернете при помощи своего сайта это может оказать принципиальное влияние на загрузку, а туристам предоставить дополнительный выбор [3].

Однако порталы, занимающиеся отелями, предоставляют различный уровень услуг. На сегодняшний день, на некоторых из них клиент не может даже узнать о наличии свободного номера в интересующем отеле, не

говоря уже о бронировании. Иными словами, это просто информационные ресурсы, где люди могут поделиться своим мнением об отеле, приобщиться к опыту других. Не стоит недооценивать значение таких порталов: сайты вроде TripAdvisor влияют и во многом определяют тенденции маркетинга гостиниц в интернете. Впрочем, все эти ресурсы претерпевают интеграцию и, скорее всего, в ближайшие годы бронирование будет доступно на любом таком портале.

Очевидным является тот факт, что чем больше база гостиниц какого-либо портала, тем более он будет полезен и, соответственно, популярен. У лидеров данного сегмента в информационных базах находятся сотни и тысячи отелей по всем миру, что дает их пользователям действительно широкие возможности [2]. Тем не менее, наличие в базах данных хотя бы 100 различных гостиниц уже может дать ощутимый эффект и посещаемость портала.

Современные условия гостиничного рынка в России пока не дают возможности формирования вышеуказанных баз без всяких препятствий, хотя постепенно они улучшаются. Дело в том, что крупные гостиничные сети не всегда готовы к тесному сотрудничеству с подобного рода порталами, либо они зарегистрированы в крупных зарубежных аналогах, либо и вовсе не испытывают недостатка в клиентах без применения сетевых технологий [1].

В этой ситуации, сотрудничество может быть выгодным для не столь крупного бизнеса: региональных гостиничных сетей, а то и вовсе единичных гостиниц, мини-отелей и хостелов, – такие игроки рынка всегда нуждаются в новых клиентах и обычно ищут новые пути для их привлечения. Зачастую налаживанию связей с данным сегментом способствуют крупные выставки туристического и гостиничного бизнеса, проходящие в столице и привлекающие массу представителей со всей России.

При формировании базы данных по гостиницам необходимо понимать, что наибольшим спросом будут пользоваться большие и малые гостиницы, находящиеся в популярных в плане туризма регионах [2]. Такие заведения с готовностью контактируют с информационными порталами, а комиссия, предоставляемая за услуги поиска посетителей порой может составлять до 20 процентов от стоимости проживания. Учитывая российские реалии, это должны быть не очень дорогие заведения, ибо уровень доходов населения пока оставляет желать лучшего.

Следует понимать тот факт, что для запуска проекта, предоставляющего спектр услуг бронирования, необходимы какие-то средства. В среднем, это может обойтись в 100-150 тысяч рублей. Также не стоит забывать и постоянной поддержке проекта, это потребует еще порядка 10-15 тысяч рублей в месяц [3].

Что касается поиска предприятий для занесения в базу, то изначально это может делаться лично, при помощи звонков и факсов. Однако если

руководители туристских предприятий планируют выйти на серьезный уровень, даже в пределах региона или страны, рано или поздно нужно позаботиться о постановке этого процесса на автоматические рельсы, что, впрочем, не исключает обычный вариант прямого общения, так как в индустрии гостеприимства личные знакомства и контакты порой могут сыграть ключевую роль в успехе того или иного проекта. И, конечно же, нельзя обойтись без call-центра, который позволит обеспечить главное – оперативность [1].

Теперь стоит упомянуть о прочих статьях расходов и резерве. Такие вещи, как ноутбуки для наглядной демонстрации клиентам каких-либо систем и расчетов, будут очень кстати. Это не только средство работы, но и своеобразный плюс к респектабельности компании. А что касается резервного капитала, он может понадобиться для самых разных нужд, например, для переселения клиентов в другую гостиницу, если была сорвана бронь, и других форс-мажоров. Пусть такие вещи случаются не часто, но они случаются, и нужно понимать, что от этого будет зависеть репутация гостиницы, а на этом экономить уже нельзя. Зато приятным бонусом в формировании расходов подобного рода предприятия можно считать необязательность арендовать офис. Создание и поддержка сайта может осуществляться с помощью аутсорсинга, а переговоры с будущими партнерами вполне можно проводить в их же гостиницах, а в иных случаях – и вообще удаленно [3].

Реклама портала бронирования, как и любого другого ресурса, связанного с гостиничным бизнесом, по данным аналитиков должна быть в том же формате, что и продукт, а именно – в цифровом. Это контекстная и медийная (баннерная) реклама, а также SEO продвижение. Еще одним эффективным способом может стать партнерская программа. Обычно партнерские программы основываются на выделении процентов ресурсу, который привел клиентов, совершивших бронирование, в размере кратном количеству клиентов. Различные обучающие программы и семинары также могут стать прекрасным рекламным ходом и методов поиска гостиниц-партнеров. Подобные мероприятия удобнее всего организовать на региональных и всероссийских выставках, типа МИТТ, Интурмаркет или ЕвроHoReCa, Travelexpo и т.п. [3].

Сегодня проценты загрузки отелей, получаемые через системы онлайн бронирования в России колеблются в среднем в диапазоне от 1 до 10%. Однако это далеко не предел, что ясно видно на примере Европы, где в некоторых гостиницах эта цифра достигает 70% [3].

Гостиничный бизнес в Российской Федерации уже преодолел последствия кризиса и вполне успешно развивается, на рынке появляется множество как крупных, так и мелких игроков, в развитие постепенно вовлекаются и регионы, а управляющие компании все более ответственно подходят к поиску новых путей реализации своих услуг. В таких условиях

системы интернет-бронирования с современными и удобными как менеджерам отделов бронирования, так и клиентам, модулями поиска и оплаты номеров имеют все шансы стать одним из главных каналов продаж. Вкупе с заявлениями руководства многих отелей и гостиничных сетей о планах по расширению и стремлении вкладывать деньги в инновации, это дает основания полагать о перспективном будущем для российского рынка онлайн-бронирования.

Библиографический список

1. Гомилевская Г. А. Организационно-управленческие инновации в повышении эффективности гостиничного бизнеса. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. Владивосток, 2010.
2. Каменева В. В. Стратегические аспекты управления предприятием в сфере гостиничного бизнеса. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. Хабаровск: Б.и., 2009.
3. www.hotelline.ru

Контактная информация:

8 (495) 940-83-60

e-mail: info@rguts.ru

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ
ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПОТОКОВ МЕЖДУ РЕГИОНАМИ
В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ**

**THEORETICAL ASPECTS OF INTERREGIONAL
INVESTMENT FLOWS DISTRIBUTION
IN CONTEMPORARY ECONOMIC ENVIRONMENT**

С.Ю. ЕВДОКИМОВ, к.э.н., докторант

Кафедра промышленной коммерции и маркетинга

Казанский национальный исследовательский технический
университет им. А.Н. Туполева

S.Y. EVDOKIMOV, Cand. of economic sci., Doctoral cand.

Industrial Commerce and Marketing Department

Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev

Аннотация

В статье исследованы основные проблемы распределения межрегиональных инвестиционных потоков в современной российской экономике, анализируются особенности их формирования, потенциал и перспективы перераспределения.

Abstract

The paper investigates the main problems of interregional investment flows distribution in contemporary Russian economic environment. Specific features of their forming, potential and distributional perspectives are analyzed in the paper.

Ключевые слова: региональное экономическое пространство, инвестиции, регион, региональная экономика, межрегиональные инвестиционные потоки, валовой региональный продукт, отрасль

Keywords: regional economic space, investments, region, regional economy, interregional investment flows, gross regional product, economic sector

Разработка сбалансированной региональной политики требует адекватного представления о процессах, лежащих в основе изменений экономического пространства.

Вместе с тем анализ последних на базе доступной статистической информации оставляет значительную свободу толкований, не позволяя однозначно ответить на вопрос, остановилось ли «сжатие» и сопутствующие ему деформации экономического пространства России, происходившие в 1990-х гг., и если да, то в каких регионах и в какой степени, учитывая, что объемы валового регионального продукта (ВРП) в 2000-х гг. продолжают концентрироваться в европейской части страны, тогда как территориальная структура инвестиций в основной капитал начала изменяться в пользу Сибири и Дальнего Востока.

Видимый рост региональной дифференциации делает популярными упрощенные представления о взаимоотношениях Центра и регионов, в частности объяснения концентрации валовой добавленной стоимости (ВДС) в Центральном федеральном округе результатом исключительно присвоения по праву собственности.

Трудности исследования перераспределительных процессов обуславливаются особенностями действующей статистики: как методическими и организационными ограничениями системы статистической отчетности, так и вытекающими отсюда трудностями ее интерпретации. В частности, остаются неясными географические маршруты и объемы перемещения добавленной стоимости, хотя есть возможность объяснить некоторые механизмы ее перемещения.

Значительная часть добавленной стоимости не привязана к местам ее создания, так что пространственная структура собственности и использования добавленной стоимости действительно может не совпадать с одноименной структурой её производства. У этого явления есть объективные причины, так как инвестиционные проекты зачастую находятся далеко от мест концентрации финансовых ресурсов.

В то же время статистические причины данного явления состоят в том, что производство НДС и собственность на неё могут регистрироваться в разных регионах, а порядок уплаты различных налогов может искажать отраслевое и территориальное распределение ее использования.

Соответственно, актуальным становится исследование межрегионального и межотраслевого перераспределения добавленной стоимости, в особенности ее инвестиционного использования как фактора, предопределяющего пространственную структуру экономики. Поскольку прямых данных о таком движении нет, то возникает потребность в косвенных методах маршрутизации инвестиционных потоков между регионами и отраслями.

В России в настоящее время СНС состоит из неполного набора счетов: счет переоценки, финансовый счет и балансовые таблицы национального богатства не строятся. Учет отраслевого и пространственного аспекта в СНС значительно увеличивает число методологических проблем и ин-

формационных ограничений [1]. Соответственно, набор разрабатываемых отраслевых и региональных счетов сокращается. В разрезе видов экономической деятельности (ВЭД) разрабатываются счет производства и счет образования доходов, публикация которых предусматривается для разделов, то есть агрегатов высшего уровня. Для региональной экономики полный аналог СНС не может быть построен даже теоретически в силу проблем с региональной идентификацией многорегиональной и общенациональной деятельности, и в силу неопределенности либо разного качественного содержания одноименных экономических операций на национальном и региональном уровнях.

Усилиями отдельных исследователей на базе СНС развиваются более сложные аналитические инструменты, такие как матрицы финансовых потоков; национальные, региональные и многорегиональные матрицы социальных счетов. Но разработка таких матриц ограничена доступностью информации по межрегиональным трансакциям.

Гипотетически оценка направлений движения инвестиционных ресурсов между регионами могла бы быть получена из отчетных региональных балансов финансовых ресурсов и затрат (сводных финансовых балансов). Но их качество разнится в зависимости от уровня аналитического аппарата в субъекте РФ, а степень полноты ограничена как требованиями действующей методики, так и числом организаций, обязанных предоставлять отчетность в региональный статистический орган. На основе действующей в России стандартной отчетности практически невозможно построить баланс активов и пассивов региона в соответствии с современными требованиями СНС.

Таким образом, существующий уровень развития СНС не позволяет прямо оценить объемы и направление движения добавленной стоимости между отраслями и регионами, а использовать сводные финансовые балансы регионов для этой цели не представляется возможным [2].

Последнее обстоятельство зачастую вынуждает авторов сужать область исследования до уровня одного региона и стимулирует применять альтернативные подходы с привлечением доступных данных.

Поэтому возможно использование косвенного метода маршрутизации движения инвестиционных ресурсов между регионами и между отраслями. Потребность в применении косвенного подхода возникает в условиях отсутствия прямых статистических данных о направлениях перемещения инвестиционных ресурсов, а возможность его применения основана на существовании различий в территориальных и отраслевых пропорциях при агрегации макроэкономических показателей единиц статистического учета.

Территориальные распределения статистически регистрируемых показателей производства и использования ВДС могут быть искажены отно-

сительно реального расположения, в чем проявляется противоречие между территориальным и резидентным принципами распределения межрегиональной деятельности. В то же время при компиляции статистических показателей по отраслям ВЭД возникает проблема однозначной идентификации вида деятельности для горизонтально и вертикально интегрированных фирм, и, соответственно, существует возможность искажения отраслевой структуры ВДС.

Основная идея методики состоит в том, чтобы использовать объективное искажение территориального и отраслевого распределения показателей производства ВДС и ее использования в целях накопления основного капитала как отправную точку для выявления потенциальной возможности, масштабов и направлений перемещения ВДС в инвестиционных целях между регионами и между отраслями ВЭД [4].

Базовая предпосылка состоит в том, что если потенциальные инвестиционные ресурсы региона или отрасли полностью используются на инвестиции в основной капитал, то территориальное или отраслевое распределение инвестиций будет совпадать с одноименным распределением потенциальных инвестиционных ресурсов. Тогда отклонение гипотетического распределения инвестиций (в случае полного использования инвестиционных ресурсов) от фактического трактуется как возможность перемещения инвестиционных ресурсов из регионов (или отраслей), обладающих относительным их избытком, в направлении регионов (или отраслей), испытывающих относительный дефицит собственных ресурсов.

Предлагаемая методика идентифицирует географические направления инвестиционных потоков как исходящие из регионов – «отправителей» инвестиций и входящие в регионы-«адресаты» (или «получатели») инвестиций, а межотраслевые направления – из отраслей-отправителей в пользу отраслей-адресатов.

Классификация регионов и отраслей как отправителей или адресатов инвестиций характеризует их инвестиционную позицию. Тип инвестиционной позиции региона или отрасли определяется расчетом специальных коэффициентов. Коэффициент инвестиционной позиции представляет собой отношение доли региона или отрасли в национальных инвестициях к одноименной доле в потенциальных инвестиционных ресурсах. Знак и уровень данного коэффициента косвенным образом характеризуют сальдо входящих и исходящих инвестиционных потоков региона или отрасли.

Ретроспективный анализ динамики рассчитанного коэффициента позволяет выявить тенденции его изменения по годам и с помощью средств регрессионного анализа предсказать ожидаемое изменение или сохранение инвестиционной позиции исследуемого агрегата. Исследование инвестиционного поведения регионов и отраслей в зависимости от занима-

емой инвестиционной позиции позволяет верифицировать полученные результаты.

Для выделения регионов и отраслей в предлагаемом анализе используется подход, принятый в СНС, где регион определяется через деятельность экономических субъектов (институциональных единиц) на его территории, а отрасль – через основной вид деятельности названных субъектов. Регион – это единица пространственного анализа, определяющая уровень территориальной агрегации экономических показателей хозяйствующих субъектов. Отрасль – это единица функционального анализа, определяющая уровень агрегации экономических показателей хозяйствующих субъектов в соответствии с основным видом деятельности; нами использовался высший уровень агрегации – раздел Общероссийского классификатора видов экономической деятельности, имеющий буквенную кодировку от А до О.

В качестве характеристики инвестиций, как вложения капитала с целью получения дохода, используются такие статистические показатели, как «инвестиции в основной капитал» и «долгосрочные финансовые вложения». Первые относятся к инвестициям в нефинансовые активы, вторые – к финансовым инвестициям.

Инвестиции в основной капитал используются в общепринятом в статистике инвестиционной деятельности значении, как совокупность затрат, направленных на приобретение, создание и воспроизводство основных фондов.

Долгосрочные финансовые вложения – это вложение денежных средств, материальных и иных ценностей в ценные бумаги, в уставные капиталы других предприятий, а также в предоставление займов на срок более одного года.

Для измерения инвестиционного потенциала региона и отрасли возможно использовать показатель «потенциальных инвестиционных ресурсов». Потенциальные инвестиционные ресурсы – это часть валовой добавленной стоимости, которая может быть использована в качестве инвестиций после оплаты налогов и заработной платы в предположении, что вся произведенная ВДС остается на территории региона или в рамках отрасли. Таким образом, объем потенциальных инвестиционных ресурсов измеряет максимально возможный объем инвестиций в предположении, что конечное потребление осуществляется за счет фонда заработной платы.

Понятие «инвестиционные потоки» употребляется как динамическая характеристика движения инвестиционных ресурсов, отражающая процессы аккумуляции, перераспределения и использования этих ресурсов в качестве инвестиций в нефинансовые и финансовые активы.

По аналогии с термином «международная инвестиционная позиция страны» необходимо введение понятия «инвестиционная позиция региона (отрасли)».

Инвестиционная позиция – характеристика знака сальдо входящих и исходящих инвестиционных потоков региона или отрасли, определяемая косвенным образом. Позиция «отправителя» инвестиций подразумевает положительное сальдо, т.е. преобладание исходящих инвестиционных потоков, а позиция «получателя» или «адресата» инвестиций – отрицательное сальдо, т.е. преобладание входящих потоков. Термин «инвестиционная позиция» используется при изучении движения инвестиций в основной капитал, а термин «финансово-инвестиционная позиция» – при изучении движения долгосрочных финансовых вложений.

Инвестиционное поведение – это наличие устойчивых предпочтений при решении о выборе способа финансирования инвестиций и при решении о пространственных и отраслевых направлениях инвестиций.

Понятие потенциальных инвестиционных ресурсов является центральным в методике. Термин «потенциальные инвестиционные ресурсы» интерпретируется как доступный для инвестирования «капитал», остающийся у производителя (региона или отрасли) после погашения его обязательств перед «трудом» и «государством». Такая трактовка предполагает, что резиденты региона производят ВДС целиком на его территории, либо вся ВДС, производимая в пределах отрасли ВЭД, соответствует ее основному виду деятельности. Теоретически этот «капитал» может быть потрачен исключительно на цели накопления основного капитала, если предположить, что конечное потребление осуществляется только за счет оплаты труда.

В качестве измерителя потенциальных инвестиционных ресурсов используется показатель валовой прибыли и валовых смешанных доходов региона или отрасли. Для регионов в качестве альтернативы использовался расчетный показатель, представляющий собой разность валового регионального продукта и суммы расчетного регионального фонда заработной платы и доходов консолидированных бюджетов субъектов РФ (за вычетом безвозмездных поступлений).

Использование показателя потенциальных инвестиционных ресурсов позволяет охарактеризовать собственный инвестиционный потенциал региона и отрасли; оценить степень использования инвестиционного потенциала на цели валового накопления основного капитала; оценить, какая часть валового регионального продукта может быть направлена на цели создания новых основных фондов и конечного потребления и сбережения. Подобный анализ, проведенный в пространственном аспекте, позволяет выявить межрегиональные различия в степени доступности собственных инвестиционных ресурсов и степени их использования в инвестиционных целях. Будучи

примененным к отраслям ВЭД, такой подход способствует идентификации механизмов перераспределения добавленной стоимости, лежащих в основе ее межрегионального движения.

Инвестиционное оживление периода 2000-2008 гг. сопровождалось увеличением доли привлеченных средств компаний в финансировании инвестиций в основной капитал и собственных средств – в осуществлении долгосрочных финансовых инвестиций; при этом удельный вес средств из-за рубежа оставался стабильным [1]. Эти явления свидетельствуют об усилении процессов межотраслевых и межрегиональных переливов капитала на развивающемся в России финансовом рынке и дают основания для применения изложенной выше методики.

Применение методики к отраслевому разрезу производства и инвестиционного использования ВДС дало следующие результаты.

Сопоставительный анализ счетов производства, инвестиций в основной капитал и долгосрочных финансовых вложений по видам экономической деятельности выявил неравномерность отраслевой концентрации производства валовой добавленной стоимости и ее использования на инвестиционные цели, что позволило предположить значительный потенциал межотраслевого перемещения добавленной стоимости.

В процессе распределения доходов факторов производства происходит, с одной стороны, усиление отраслевой концентрации объемов оплаты труда, налогов и прибыли в разных отраслях ВЭД, а с другой стороны, выявляются виды деятельности, в которых отдельные факторы производства (труд, капитал, государство) получают относительно большее вознаграждение. Таким образом, происходит отраслевое перераспределение произведенной валовой добавленной стоимости.

Расчет коэффициентов инвестиционной позиции позволил идентифицировать инвестиционную позицию основных видов экономической деятельности как отправителей и адресатов инвестиций в основной капитал. На основании выявленной инвестиционной позиции предполагаются исходящие потоки инвестиционных ресурсов из:

- отраслей оптовой и розничной торговли и ремонта;
- обрабатывающих производств;
- строительства и финансовой деятельности,

а входящие в отрасли:

- транспорта и связи;
- операций с недвижимостью;
- аренды и других услуг;
- добывающих производств;
- производства и распределения электроэнергии, газа и воды.

Расчет коэффициентов финансово-инвестиционной позиции в основном подтвердил инвестиционную позицию основных видов экономической деятельности применительно к долгосрочным финансовым вложениям. Исключением стала отрасль обрабатывающих производств, которая проявила себя как адресат финансовых инвестиций.

Инвестиционные позиции ключевых отраслей в основном согласуются с преобладающим инвестиционным поведением. Отрасли-отправители инвестиций в основной капитал финансируют инвестиции большей частью за счет собственных средств, а отрасли-адресаты опираются на привлеченные средства.

Применительно к долгосрочным финансовым вложениям установленная связь инвестиционного поведения с инвестиционной позицией характерна для отраслей-отправителей, и лишь для половины отраслей-адресатов. В трех крупных отраслях-адресатах (добыча, энергетика и транспорт) максимальное использование собственных средств связано с абсолютным дефицитом инвестиционных ресурсов.

Названные позиции подкрепляются также склонностью ключевых отправителей (оптовая и розничная торговля и ремонт, финансовая деятельность и обрабатывающие производства) инвестировать за рубеж. Реализация предложенной методики применительно к пространственному разрезу производства и инвестиционного использования валовой добавленной стоимости дала следующие результаты.

В период 1998-2008 гг. в российской экономике происходил одновременный рост степени доступности и уровня использования потенциальных инвестиционных ресурсов. Такое явление подразумевает усиление межрегиональной дифференциации, что подтвердил анализ статистики региональных счетов и инвестиций по субъектам и федеральным округам РФ. Отсюда возникает значительный потенциал межрегионального перемещения добавленной стоимости.

Библиографический список

1. Ларин С.Н. Основные тенденции инвестиционной деятельности в регионе: зарубежный опыт и российская действительность // Менеджмент в России и за рубежом. 2004. № 5. С. 102-106.
2. Логинов Е.Л. Шевченко И.В. Инвестиционная доминанта трансформации Российской экономики: проблемы влияния иностранных инвестиций // Финансы и кредит. 2002. № 13. С. 10-17.
3. Майер Г.В. Современная экономика знаний: о производителях и потребителях // Библиотека в эпоху перемен: Дайджест. 2005. Вып. 3. С. 50-55.

4. Мельникова Л.В. Некоторые информационные проблемы построения межрегиональных межотраслевых моделей // Экономическое развитие России: региональный и отраслевой аспекты: сб. науч. тр. под ред. Е.А. Коломак, Л.В. Машкиной. Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2008. Вып. 9. С. 49-75.

5. Семь нот менеджмента. М.: ЗАО «Журнал Эксперт», 1997. С. 18.

Контактная информация:

8 (843) 2-310-079

e-mail: argo@pochta.ru

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ВОСПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕГИОНА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

REPRODUCTION PROCESSES DEVELOPMENT MANAGEMENT IN REGION INDUSTRY IN THE INNOVATION ECONOMY

Е.Н. ЕВДОКИМОВА, к.э.н., доцент

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»
Рязанский государственный радиотехнический университет

E.N. EVDOKIMOVA, Cand. of economic sci., Ass. professor

«Economy, Management and Organization of Production» Department
Ryazan state radio-engineering university

Аннотация

В статье приведено теоретическое обоснование концепции управления развитием воспроизводственных процессов в промышленности региона. Автором представлены модели промышленного развития региона. Даны рекомендации по совершенствованию воспроизводственных процессов в промышленности региона путем формирования регионального инновационного кластера.

Abstract

In the paper theoretical study of the reproduction processes development management concept in the region's industry is presented. The author presents models of industrial development in the region. The recommendations for improving the reproduction processes in region industry through the regional innovative cluster formation are given.

Ключевые слова: воспроизводственный процесс, промышленное развитие региона, региональный инновационный кластер.

Keywords: reproductive process, industrial development of the region, regional innovation cluster.

Активизацию развития промышленности необходимо рассматривать как общегосударственную стратегическую цель по переходу экономики

России от экспортно-сырьевого к инновационному социально ориентированному типу развития. В такой ситуации на региональном уровне должно быть сформированы механизмы, обеспечивающие активизацию инновационной деятельности в промышленности региона (субъекта Российской Федерации) как ключевой подсистемы региональной экономики.

Целевая направленность управления развитием промышленности региона в условиях инновационной экономики заключается в необходимости обеспечить непрерывность воспроизводственного цикла «инновационное проектирование – производство – распределение – обращение – потребление» промышленной продукции, реализующего воспроизводство на территории региона конкурентоспособных изделий на постоянной основе, создавая условия для формирования экономики инновационного типа. Объективной реальностью становится усиливающаяся взаимозависимость участников воспроизводственных процессов от результатов деятельности их партнеров, активное формирование сложных региональных, межрегиональных и межгосударственных интегрированных структур, объединяющих как промышленные, так и научно-исследовательские и другие непроеизводственные предприятия. Такой взгляд, основанный на понимании промышленной деятельности как межорганизационного интегрированного воспроизводственного процесса (по цепочке жизненного цикла промышленной продукции), позволяет сместить управленческий акцент на получение синергетического эффекта от взаимодействия всех локализованных на территории региона участников воспроизводственных процессов, что требует разработки институциональных, правовых и экономических механизмов интеграции научной, инновационной и промышленной базы региона на постоянной основе.

Промышленность региона рассматривается как промышленная система открытого типа, образованная множеством промышленных предприятий, локализованных на региональной территории. Отличительными признаками промышленного предприятия в структуре промышленной системы являются:

1) отнесение вида экономической деятельности, осуществляемого хозяйствующим субъектом, к разделам С, D, E классификатора ОКВЭД [1], результат которой определен в понятии «промышленная продукция (услуга)»;

2) регистрация хозяйствующего субъекта на территории региона в качестве его резидента (юридического лица или индивидуального предпринимателя);

3) образование на территории региона хозяйствующим субъектом, не являющимся резидентом региона, территориально-обособленных подразделений, осуществляющих экономическую деятельность согласно разделам С, D, E классификатора ОКВЭД.

Промышленные предприятия в процессе своей экономической де-

ятельности выступают в качестве носителя воспроизводственного процесса, который определяется как непрерывно возобновляющийся цикл производства промышленной продукции (услуги). Согласно концепции инновационного расширенного воспроизводства воспроизводственному процессу в его устоявшемся классическом представлении как последовательности стадий производство, распределение, обращение и потребление, предшествует **фаза инновационного проектирования**, основанная на продуцировании нового научно-инновационного знания, вовлекаемого в процесс производства [2, 3]. Необходимость идентификации данной особой фазы вызвана усилением влияния на динамику воспроизводственного процесса новых факторов производства – знаний и информации, создавая тем самым предпосылки повторения воспроизводственного цикла на расширенной основе.

Мы исходим из системного взгляда на промышленность региона, идентифицируя ее, с одной стороны, как подсистему региональной социо-эколого-экономической системы – региона (субъекта РФ), наделенную функциональным предназначением по реализации локального цикла воспроизводства промышленной продукции (услуги), с другой – как обладающий всеми системными признаками самостоятельный объект – промышленную систему региона (далее – ПСР), рассматриваемую в виде совокупности промышленных предприятий, реализующих на территории региона единичные воспроизводственные процессы (рис. 1).

Принципом выделения единичных воспроизводственных процессов в структуре ПСР является код вида экономической деятельности по разделам С, D, E классификатора ОКВЭД до уровня шестого знака. В соответствии с ОКВЭД (версии 2007 г.) на территории региона в сфере промышленной деятельности может реализовываться до 612 различных единичных воспроизводственных процессов. В общем случае единичный воспроизводственный процесс может реализовываться несколькими хозяйствующими субъектами, при этом количественный результат воспроизводственной деятельности агрегируется путем сложения их результатов по соответствующему коду.

С системно-синергетических позиций, которые аккумулируют и согласовывают положения различных философских, биологических, физико-химических и системно-кибернетических теорий о поведении открытых нелинейных систем, развитие ПСР представляет собой череду последовательных изменений ее состояния, описываемого в виде количественных оценок эндогенных (внутренних) параметров системы, изменяющегося под воздействием колебаний экзогенных (внешних) параметров, характеризующих состояние ее внешней среды. Автором сформулированы следующие общие системно-синергетические закономерности развития ПСР:

– развитие ПСР есть ряд последовательных переходов от одного динамически неустойчивого состояния к другому посредством бифуркаци-

онного скачка под воздействием изменения параметров внешней среды (иначе – чередование эволюционных и революционных фаз), образующих непрерывную траекторию движения ПСР в пространстве «параметры-время»;

– динамически неустойчивое состояние ПСР формируется в результате колебаний ее эндогенных параметров относительно их целевых значений (аттрактора) под воздействием флуктуаций экзогенных параметров;

– переход ПСР к новому динамически неустойчивому состоянию через бифуркационный скачек неоднозначен: путь трансформации системы разветвляется – может формироваться как положительный, так и отрицательный тренд развития ПСР;

– изменения системы необратимы, так же как необратимо время;

– развитие системы подразумевает преемственность основных ее черт, в том числе и при переходе через кризисные ситуации к новому качественному состоянию. Преемственность реализуется через стремление системы сохранить свое основное функциональное предназначение.

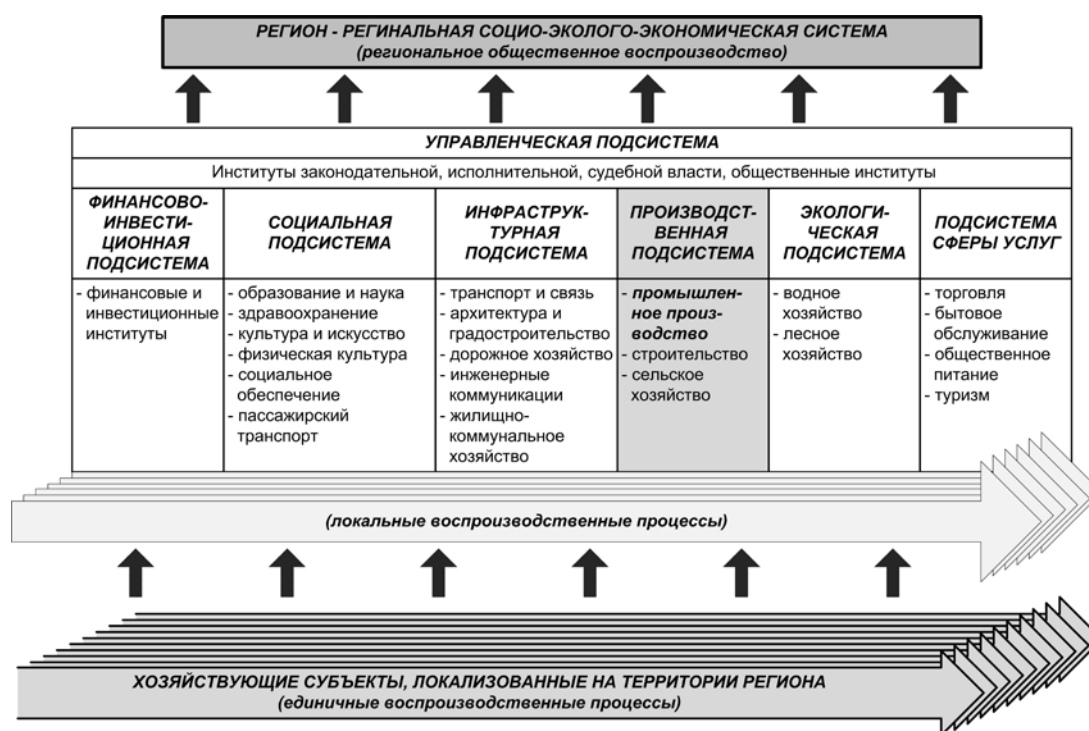


Рис. 1. Место промышленности в структуре регионального общественного воспроизводства.

Опасность формирования отрицательных трендов развития ПСР при неблагоприятных внешних условиях формирует потребность в целенаправленном управлении развитием ПСР в долгосрочной перспективе. Можно выделить следующие модели промышленного развития региона (табл. 1). Стратегия развития промышленности региона, позволяющая реализовать целенаправленный переход к инновационно-ориентированной экономике региона, соответствует двум вариантам – модели диверсифици-

рованного роста и модели структурной трансформации ПСР.

Инновационное развитие промышленности региона базируется на необходимости поддержания цикличности воспроизводства конкурентоспособной инновационной промышленной продукции за счет совершенствования воспроизводственных процессов. Мы выделяем следующие направления совершенствования воспроизводственных процессов:

- формирование новых региональных воспроизводственных процессов с выпуском конкурентоспособной промышленной продукции взамен ликвидируемых, воспроизводящих неконкурентоспособные промышленные товары и услуги, т.е. завершение их жизненных циклов;

- изменение форм реализации существующих воспроизводственных процессов (временных, структурных, пространственных, организационных) с целью повышения конкурентоспособности производимой промышленной продукции.

Предложенная концепция управления развитием воспроизводственных процессов в промышленности реализуется на примере Рязанской области. В структуре промышленного воспроизводства региона по состоянию на 2010 г. идентифицировано 170 различных единичных воспроизводственных процессов (табл. 2).

В промышленности региона идентифицируются следующие основные конкурентные преимущества и слабости:

- наличие университетской базы для подготовки высококвалифицированных научно-технических кадров;

- возможности использования современного технико-технологического потенциала промышленных предприятий и увеличения загрузки производственных мощностей;

- длительность этапов и слабая цикличность региональных процессов по воспроизводству промышленной продукции;

- традиционно высокая зависимость базовых крупных промышленных предприятий от государственных заказов военной техники;

- слабое развитие инфраструктурных региональных процессов, не позволяющее в полной мере использовать возможности научно-технического, маркетингового, производственного и иных видов аутсорсинга;

- практически полное отсутствие региональной инновационной инфраструктуры, обеспечивающей взаимодействие науки и производства.

Модель промышленного развития Рязанской области предусматривает постепенное изменение воспроизводственной структуры ПСР путем поддержки существующих и активного стимулирования инновационных для региона воспроизводственных процессов, потенциально способных в долгосрочном периоде трансформировать региональную промышленную которого является поддержание цикличности процессов воспроизводства инновационной промышленной продукции на территории региона.

Таблица 1.

Модели промышленного развития региона.

Модель		Системно-синергетическое описание	Воспроизводственное описание
<p><i>Модель удержания потенциала ПСР</i></p>	<p>1. Удовлетворенность существующим потенциалом ПСР. 2. Снижение потенциала ПСР.</p>	<p>1. Незначительные флуктуации эндогенных параметров ПСР относительно устойчивых значений (текущего аттрактора). Установление целевых значений эндогенных параметров на уровне устойчивых (текущего аттрактора). 2. Значительные отклонения эндогенных параметров ПСР от устойчивых с тенденцией к выходу их за нижнюю допустимую границу области притяжения текущего аттрактора. Установление целевых значений эндогенных параметров на уровне устойчивых (текущего аттрактора).</p>	<p>Постоянство воспроизводственной структуры ПСР с акцентом на удержание достигнутых значений объемных, стоимостных и временных параметров региональных процессов.</p>
<p><i>Модель количественного роста ПСР</i></p>	<p>1. Наличие резервов количественного роста в традиционных видах экономической деятельности.</p>	<p>1. Незначительные флуктуации эндогенных параметров ПСР относительно устойчивых значений (текущего аттрактора). Установление более высоких целевых значений эндогенных параметров ПСР относительно устойчивых в границах текущего аттрактора.</p>	<p>Постоянство воспроизводственной структуры ПСР с акцентом на совершенствование различных воспроизводственных процессов путем улучшения их объемных, стоимостных и временных параметров.</p>
<p><i>Модель трированного роста ПСР</i></p>	<p>1. Наличие резервов количественного роста в приоритетных видах экономической деятельности и необходимость формирования в них «критической массы» для обеспечения привлекательности в сопутствующих видах.</p>	<p>1. Незначительные флуктуации эндогенных параметров ПСР относительно устойчивых значений (текущего аттрактора). Установление более высоких целевых значений эндогенных параметров ПСР относительно устойчивых в границах текущего аттрактора.</p>	<p>Постепенное изменение воспроизводственной структуры ПСР путем стимулирования развития приоритетных воспроизводственных процессов путем улучшения их объемных, стоимостных и временных параметров, обеспечивая тем самым развитие сопутствующих процессов.</p>

<p>Модель диверсифицированного роста ПСР</p>	<p>1. Исчерпание резервов количественного роста ПСР в традиционных для региона видах экономической деятельности. 2. Отсутствие «подушки безопасности» на случай кризиса в традиционных для региона видах экономической деятельности.</p>	<p>1. Незначительные флуктуации эндогенных параметров ПСР относительно устойчивых значений (текущего аттрактора). Установление более высоких целевых значений эндогенных параметров ПСР относительно устойчивых в границах текущего аттрактора. 2. Значительные отклонения эндогенных параметров ПСР от устойчивых с тенденцией к выходу их за нижнюю допустимую границу области притяжения текущего аттрактора. Установление целевых значений эндогенных параметров на уровне устойчивых (текущего аттрактора). 3. Неприемлемые значения эндогенных параметров ПСР. Установление целевых значений в области притяжения желаемого аттрактора.</p>	<p>Постепенное изменение воспроизводственной структуры ПСР путем поддержки существующих и активного стимулирования инновационных для региона воспроизводственных процессов, потенциально способных постепенно трансформировать региональную промышленную специализацию</p>
<p>Модель структурной трансформации ПСР</p>	<p>1. Высокая экологическая опасность традиционных для региона видов экономической деятельности. 2. Опасность ликвидации традиционных для региона неконкурентоспособных видов экономической деятельности 3. Внешние причины (например, государственная необходимость)</p>	<p>1. Неприемлемые значения эндогенных параметров ПСР. Установление целевых значений в области притяжения желаемого аттрактора. 2. Значительные отклонения эндогенных параметров ПСР от устойчивых с тенденцией к выходу их за нижнюю допустимую границу области притяжения текущего аттрактора. Установление целевых значений в области притяжения желаемого аттрактора.</p>	<p>Кардинальное целенаправленное изменение воспроизводственной структуры ПСР, т.е. трансформация региональной промышленной специализации путем активного стимулирования появления инновационных для региона воспроизводственных процессов.</p>

Базовым элементом и основным источником инноваций в рамках регионального инновационного кластера выступает ФГБОУ «Рязанский государственный радиотехнический университет» (рис. 2).

Таблица 2.

Структура воспроизводства в промышленности Рязанской области (2010 г.).

Код по ОКВЭД	Класс / подкласс региональных процессов	Доля в общем объеме отгрузки предприятиями ПСР
23.2	Производство нефтепродуктов	17,3%
40.1	Производство, передача и распределение электроэнергии	13,7%
33	Производство медицинских изделий, средств измерений, контроля, управления и испытаний; оптических приборов, фото и кинооборудования; часов	7,0%
40.3	Производство, передача и распределение пара и горячей воды (тепловой энергии)	4,1%
27	Металлургическое производство	4,0%
15.8	Производство прочих пищевых продуктов	3,9%
26.8	Производство прочей неметаллической минеральной продукции	3,9%
31	Производство электрических машин и электрооборудования	3,6%
15.5	Производство молочных продуктов	3,4%
29	Производство машин и оборудования (без производства оружия и боеприпасов)	3,4%
15.1	Производство мяса и мясопродуктов	3,3%
	Прочие региональные процессы, на которые приходится менее 3% в объеме отгрузки	35,6%

Организационный механизм функционирования инновационного кластера позволяет решить следующие задачи:

1) целенаправленное воздействие на интегрированные региональные процессы по воспроизводству промышленной продукции, обеспечивая тем самым комплексное решение для вывода на рынок инновационных товаров на основе создания устойчивых связей между научной и производственной сферой;

2) создание недостающих в регионе инфраструктурных элементов, реализующих региональные процессы научно-технического, маркетингового, производственного и иных видов аутсорсинга;

3) включение ПСР в государственную и мировую инновационную систему;

4) развитие научного потенциала региона за счет коммерциализации инновационных разработок;

5) использование более широкого спектра экономических инструментов поддержки инновационной деятельности (частно-государственное партнерство, бюджетное финансирование, гранты и инвестиции и др.).

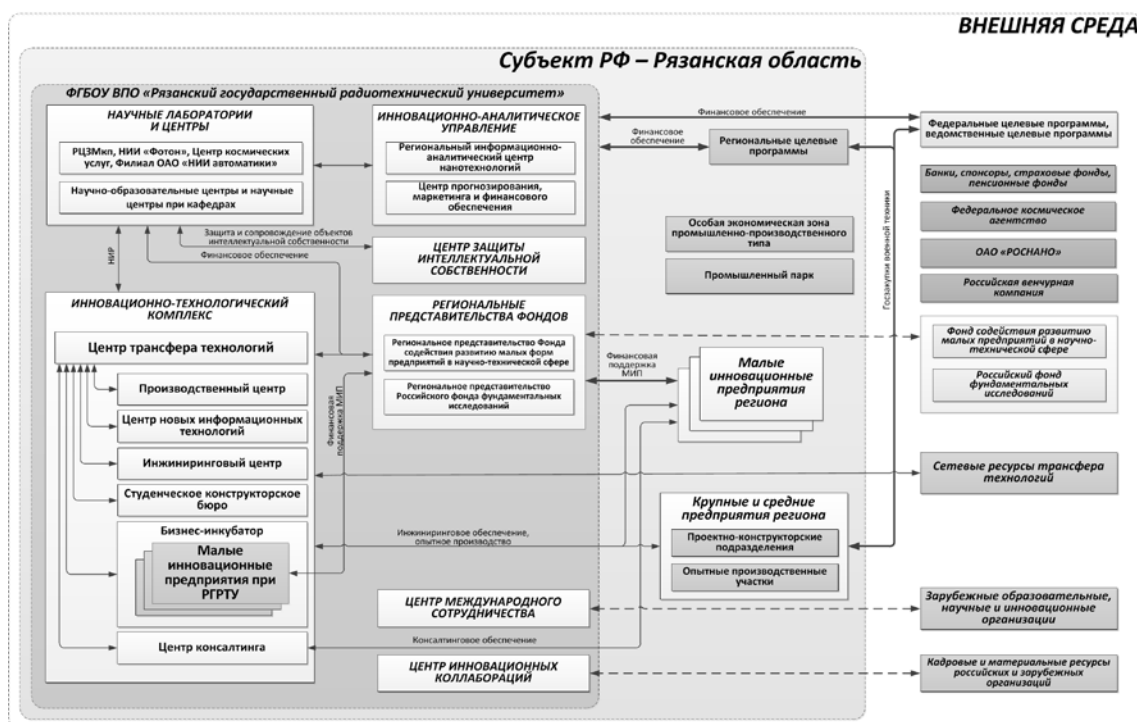


Рис. 2. Региональный инновационный кластер Рязанской области.

Таким образом, реализация задачи инновационного развития промышленности требует целенаправленного управления, обеспечивающего поддержание цикличности воспроизводства конкурентоспособной промышленной продукции путем совершения воспроизводственной структуры ПСР и форм реализации ее воспроизводственных процессов.

Библиографический список

1. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности ОК 029-2007 (КДЕС Ред. 1.1): утв. приказом Ростехрегулирования 22.11.2007 г. № 329-ст.
2. Марцинкевич В. Национальная модель социально-экономического развития (концепция и структура) // Мировая экономика и международные отношения. 2001. № 1. С. 16-26.
3. Олейникова И.Н. Цикличность как форма движения воспроизводственной системы // Известия Южного федерального университета. Технические науки. 2003. № 5. С. 46-53.

Контактная информация:

+7 (4912) 46-03-34

e-mail: e008en@mail.ru

**МЕТОДЫ МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ
ПРЕДПРИЯТИЯМИ ОБЩЕСТВЕННОГО СЕКТОРА
(НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКОГО ПАССАЖИРСКОГО
ТРАНСПОРТА)**

**MUNICIPAL MANAGEMENT METHODS
OF THE PUBLIC SECTOR ENTERPRISES
(ON THE EXAMPLE OF CITY PASSENGER TRANSPORT)**

А.А. ЕРЗЫЛЕВА, ст. преподаватель
Рязанский государственный радиотехнический университет

A.A. ERZYLEVA, senior lecturer
Ryazan state radio-engineering university

Аннотация

Рассматриваются вопросы эффективного муниципального управления предприятиями общественного сектора на примере городского пассажирского транспорта, позволяющего решить комплекс социально-экономических проблем города, обеспечить доступность и качество транспортных услуг для населения, и развитие городского транспортного комплекса.

Abstract

Questions of effective municipal management by the enterprises of public sector on an example of the city passenger transport are considered, allowing to solve a complex of social and economic problems of a city, to provide availability and quality of transport services to the population, and development of a city transport complex.

Ключевые слова: муниципальное управление; общественный транспорт; муниципально-частное партнерство; городская политика; транспортный комплекс.

Keywords: municipal management; public transport; municipal-private partnership; the city policy; a transport complex.

Повышение качества жизни населения – приоритетная задача социально-экономического развития страны в целом и ее структурных образо-

ваний (регионов, городов, поселков и т.п.). Удовлетворение потребностей населения необходимыми для жизнеобеспечения, безопасности и духовного и физического развития услугами носит местный характер.

Современный город – сложная система, объединяющая множество самостоятельных субъектов со своими специфическими экономическими и социальными интересами, правами, ресурсами – отдельных граждан, их групп, предприятий, организаций. Кроме специфических интересов каждого субъекта на территории города возникают интересы общественные, обусловленные общими потребностями всего городского сообщества, удовлетворение которых требует определенных общественных ресурсов. Таким образом, город представляет собой смешанную экономическую систему, включающую два важнейших сектора – частный и общественный.

В экономической литературе общественный сектор представляется как государственный сектор, представляющий собой систему государственных финансов, государственных предприятий, других государственных ресурсов (например, государственные земли, запасы полезных ископаемых), однако отметим, что его понятие несколько шире – так, в него входят неприбыльные предприятия общественных организаций, коллективные предприятия, общественные и религиозные организации, предоставляющие различного рода услуги, связанные главным образом с социальным обеспечением населения. Поэтому данные организации целесообразно объединить термином – некоммерческие организации (некоммерческие общественные организации, выполняющие функции как государственного, так и частного сектора с использованием нерыночных принципов распределения ресурсов) [1].

Одним из важнейших элементов общественного сектора экономики города выступает транспортный комплекс, который призван обеспечивать ежедневные передвижения жителей на работу и обратно, все культурно-бытовые поездки, а также перевозку грузов предприятий и организаций, т.е. обеспечивать нормальное функционирование городского хозяйства. При этом наибольшее значение для жизнедеятельности города имеют массовые виды городского пассажирского транспорта, роль которых в современном городе сводится к предоставлению удобств и снижению затрат времени на передвижение. Органы местного самоуправления несут ответственность за развитие и функционирование пассажирского транспорта. В связи с этим акцентируем внимание именно на развитии муниципального управления предприятия общественного сектора в части предоставления транспортных услуг населению в городе.

Проведенное исследование состояния и динамики развития городского общественного транспорта в разрезе регионов РФ показало, что существует ярко выраженная тенденция к снижению объема перевозок пассажиров преобладающим видом транспорта – автобусами общего пользования (рис. 1) [2].

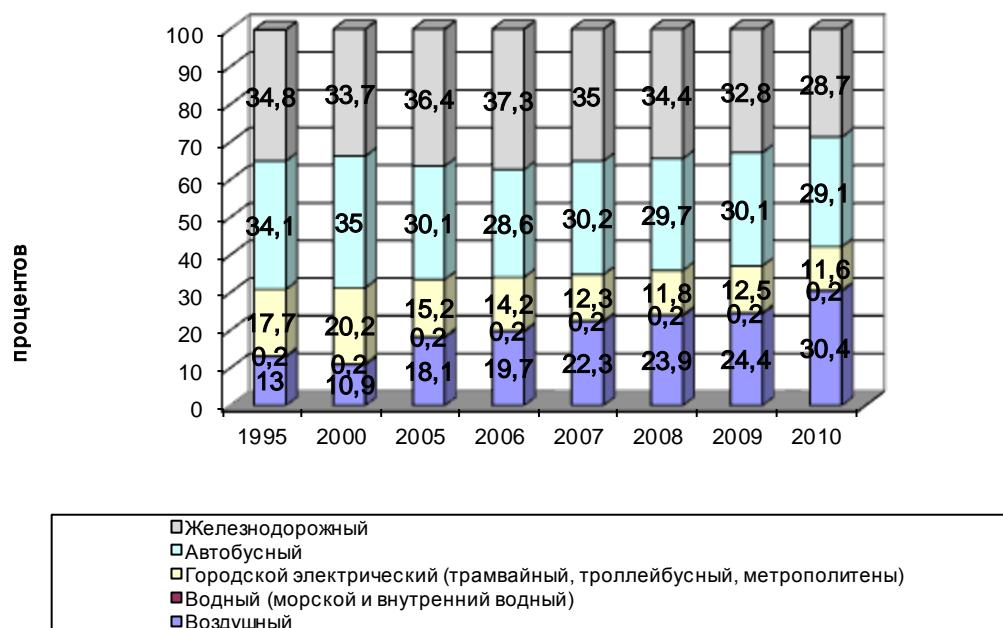


Рис. 1. Структура пассажирооборота по видам транспорта общего пользования, %.

В целом по РФ объем перевозок пассажиров сократился в 4,3 раза, по ЦФО в 3 раза, при одновременном сокращении числа автобусов общего пользования на 100 тыс. чел. (табл. 1).

Таблица 1.

Число автобусов общего пользования на 100 тыс. человек населения (ед.).

	1990	1995	2000	2005	2009		Место, занимаемое в РФ в 2009 г.
					всего	В том числе в государственной и муниципальной собственности	
Российская Федерация	103	87	74	55	46	32	
Центральный федеральный округ	95	75	66	57	50	40	3
Белгородская область	150	103	86	27	26	14	58
Брянская область	110	84	81	62	48	22	29
Владимирская область	75	65	53	36	15	8	75
Воронежская область	85	74	46	36	26	18	57
Ивановская область	91	74	68	48	12	10	78
Калужская область	84	67	53	42	29	21	53
Костромская область	91	73	88	72	39	33	38
Курская область	115	96	71	61	49	46	27
Липецкая область	116	95	97	77	57	57	18
Московская область	92	65	69	67	68	61	12
Орловская область	96	79	76	64	42	12	33
Рязанская область	76	60	44	29	16	14	74
Смоленская область	82	65	60	47	46	38	31
Тамбовская область	93	71	55	28	9	9	80
Тверская область	77	70	66	47	37	35	40
Тульская область	101	105	72	61	40	5	37
Ярославская область	89	90	88	76	74	63	10
г. Москва	96	70	62	64	68	54	13

Рынок пассажирских перевозок – неоднородная система, где на равных правах функционируют муниципальные и частные коммерческие перевозчики. Государственная и муниципальная формы собственности пассажирских перевозчиков преобладают в РФ и в ЦФО, за исключением

Брянской, Орловской и Тульской областей, где предпочтение отдано негосударственным формам собственности (табл. 1). При этом высокая доля льготных категорий граждан среди пассажиров городского пассажирского транспорта создает необходимость жесткого регулирования рынка пассажирских перевозок с целью реализации социальных задач.

На основе проведенного исследования развития общественного транспорта в муниципальных образованиях ЦФО, были определены ключевые проблемы и сформированы направления их решения (табл. 2).

Таблица 2.

Выводы по результатам анализа и оценки развития общественного транспорта.

Сильные стороны, преимущества	Ключевые проблемы
Предпринимаемые меры со стороны администрации города по созданию управляемой системы городского пассажирского транспорта общего пользования	<ul style="list-style-type: none"> – Высокая степень изношенности муниципального транспорта общего пользования – Неоптимальное соотношение количества транспорта малой вместимости и спроса на пассажирские перевозки – Отставание протяженности маршрутной сети от протяженности улично-дорожной сети

Современное состояние городского общественного транспорта как одного из элементов общественного сектора муниципального хозяйства требует активного вмешательства государственных органов власти в регулирование производства социально значимых услуг, включая общественные перевозки. Учитывая, что общественный транспорт в настоящее время является объектом управления со стороны муниципалитета, в отличие от строгой централизованной системы управления в советский период, к сожалению, не выработаны современные экономически целесообразные и социально-ориентированные методы, подходы и модели управления городским общественным транспортом.

Важность и необходимость муниципального управления городским общественным транспортом обусловлена тем, что транспортная система является одним из важнейших факторов экономического роста на уровне города и региона в целом. Транспортная инфраструктура может обеспечить эффективное размещение и использование ресурсов, минимизировать издержки, как транспортных предприятий, так и потребителей транспортных услуг, т.е. населения города. В конечном счете, эффективное транспортное обеспечение жизнедеятельности города позволяет формировать и наращивать конкурентные преимущества муниципальных образований и повышать их инвестиционную привлекательность.

На основе результатов исследования проблемной ситуации в секторе пассажирских перевозок были выявлены факторы, препятствующие эффективному развитию городского общественного транспорта (рис. 2).

Выделенные факторы, препятствующие развитию городского общественного транспорта, позволяют сформировать совокупность приоритетных задач, решение которых, целесообразно в рамках специально спроектированной единой системы муниципального управления общественным транспортом, что, в конечном счете, должно обеспечить социально-экономическое развитие региона за счет повышения обоснованности управленческих решений, принимаемых муниципальными органами власти.

Вышеобозначенные проблемы, высокая социальная значимость услуг городского общественного пассажирского транспорта в крупном городе и его градообразующая функция подтверждают тезис о том, что в современных условиях необходима система муниципального управления общественным транспортом, которая должна сделать транспортный комплекс города функционирующим как единое целое. Именно местный характер производства и потребления услуг городского общественного пассажирского транспорта определяет системообразующую роль муниципалитета в управлении городским пассажирским транспортом, обеспечивающего централизованные и скоординированные процессы предоставления транспортных услуг населению.

К основным задачам наиболее значимых проектов развития транспортной инфраструктуры в современных городах, которые разрабатываются и реализуются в настоящее время, следует отнести:

- радикальное повышение транспортной доступности;
- снижение давления на существующую транспортную инфраструктуру за счет внедрения новых видов транспорта (прежде всего, скоростных) и интеллектуальных систем управления транспортными потоками;
- улучшение экологической ситуации;
- обеспечение гармоничного развития города;
- создание избыточной инфраструктуры или внедрение градостроительных и технологических решений, позволяющих сделать существующую транспортную инфраструктуру избыточной.

На основе результатов исследования зарубежного и отечественного опыта было установлено, что единых решений этих задач, которые бы подходили для всех без исключения городов, не существует. Необходимо отметить, что в отечественной практике муниципального управления до настоящего времени не сформирован единый подход к выбору эффективной модели управления городским общественным транспортом. Наиболее распространены следующие подходы к организации управления городским общественным транспортом:

- жесткая централизация процесса управления движением и децентрализация управления;
- ограниченное вмешательство органов городской власти в

управление городским общественным транспортом на основе конкурсного отбора перевозчиков и развития договорных отношений.

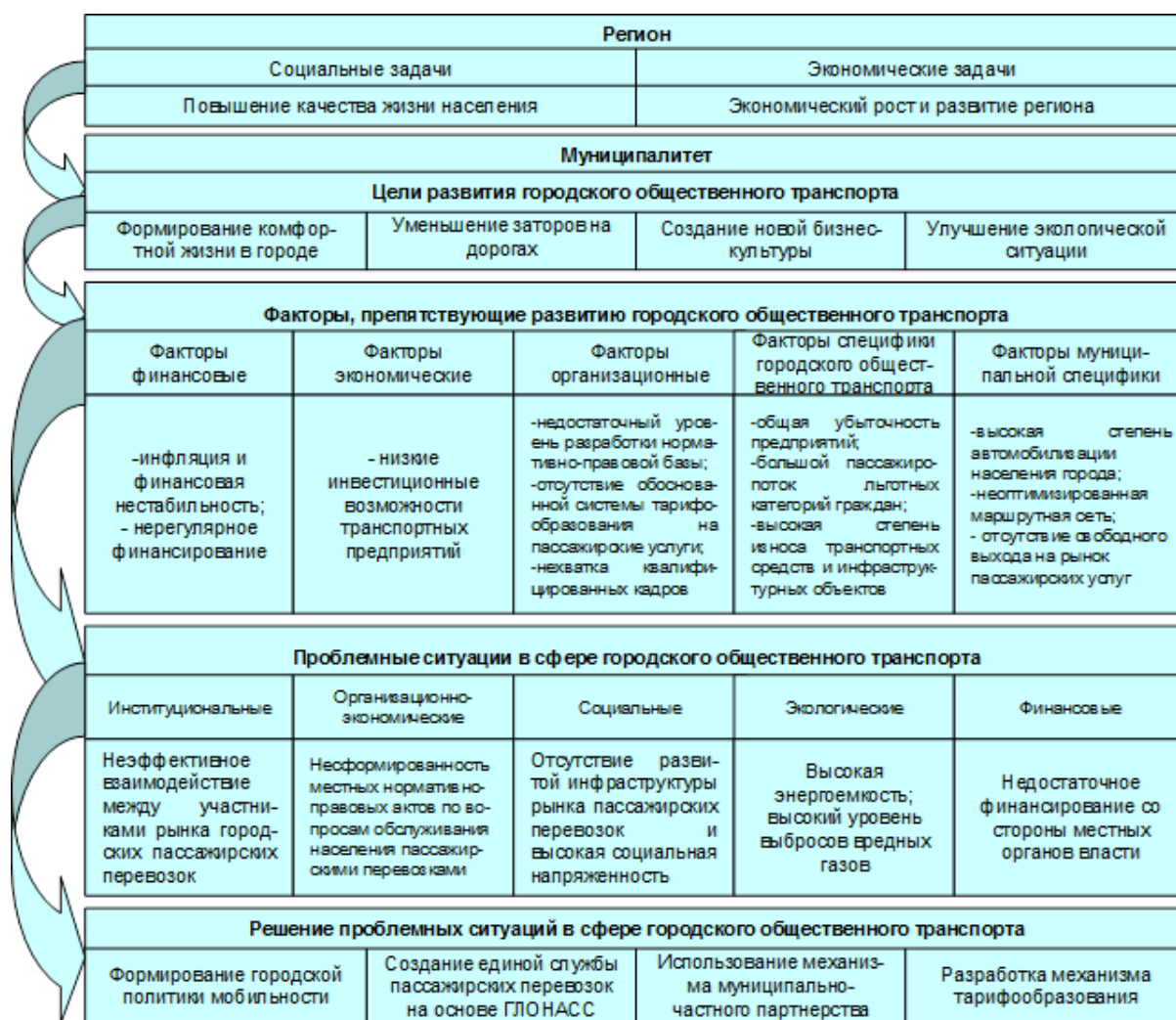


Рис. 2. Исследование проблем городского общественного транспорта (на примере г. Рязани).

Вполне закономерно, что функции управления процессом предоставления услуг были переданы муниципальным органам власти. Однако взаимосвязанность услуг и возможность конкуренции между видами городского общественного транспорта служат основанием для системного подхода к управлению процессом оказания транспортных услуг, что в свою очередь определяет необходимость создания единого органа управления процессом оказания этих услуг. В соответствии с этим обоснована объективная необходимость единой системы муниципального управления городским общественным транспортом (рис. 3).

В составе городских администраций необходимо реорганизовать существующие или создать новые структуры, способные осуществлять координацию всего круга вопросов, связанных с развитием и функционированием транспортной системы города.

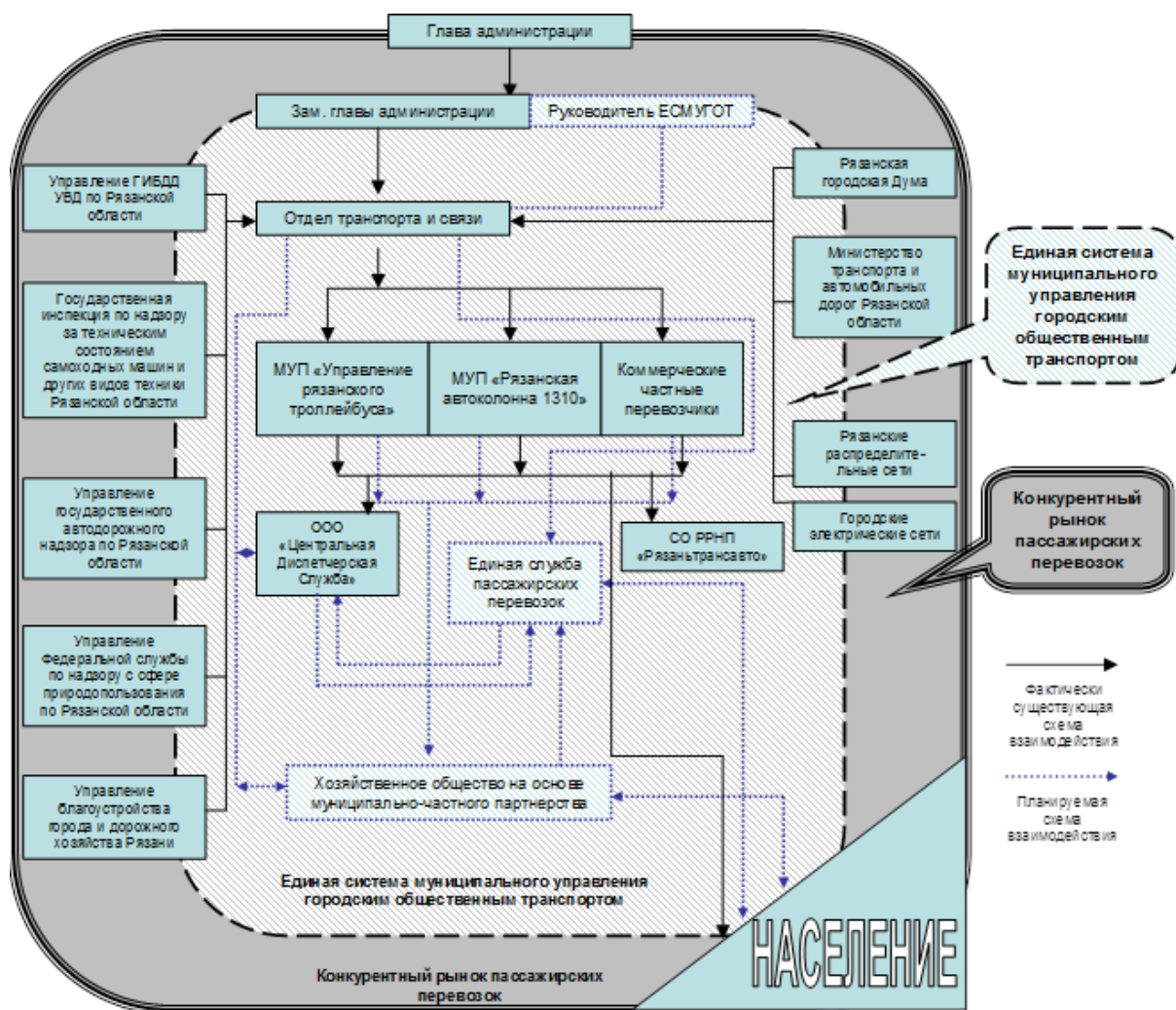


Рис. 3. Схема взаимодействия участников рынка пассажирских перевозок на основе единой системы муниципального управления городским общественным транспортом (на примере г. Рязани).

При разработке единого муниципального управления должны сохраниться как существующие функции управления общественным транспортом, так и добавлены новые функции. В связи с этим единая система муниципального управления городским общественным транспортом должна базироваться на следующих принципах, обеспечивающих:

- 1) интегрированность всех участников рынка перевозок;
- 2) оперативность управления;
- 3) социальную защищенность;
- 4) бюджетную эффективность.

Данная система должна сформировать условия для равноправного партнерства всех участников процесса городского развития. И в первую очередь должна обеспечить взаимоувязку интересов населения, перевозчиков и органов власти. При этом в качестве основного элемента данного взаимодействия должен рассматриваться потребитель (т.е. городское население) и его потребности.

На основе проведенного исследования существующих подходов и современных требований к процессам обеспечения в секторе пассажирских перевозок, единая система муниципального управления городским общественным транспортом определяется как подсистема муниципального управления, реализующая стратегическое, тактическое и оперативное управление городским общественным транспортом и обеспечивающая взаимодействие участников рынка пассажирских перевозок с целью гарантирования безопасности и качества услуг, социальной защищенности и мобильности населения, экономической эффективности функционирования муниципальных и коммерческих частных перевозчиков.

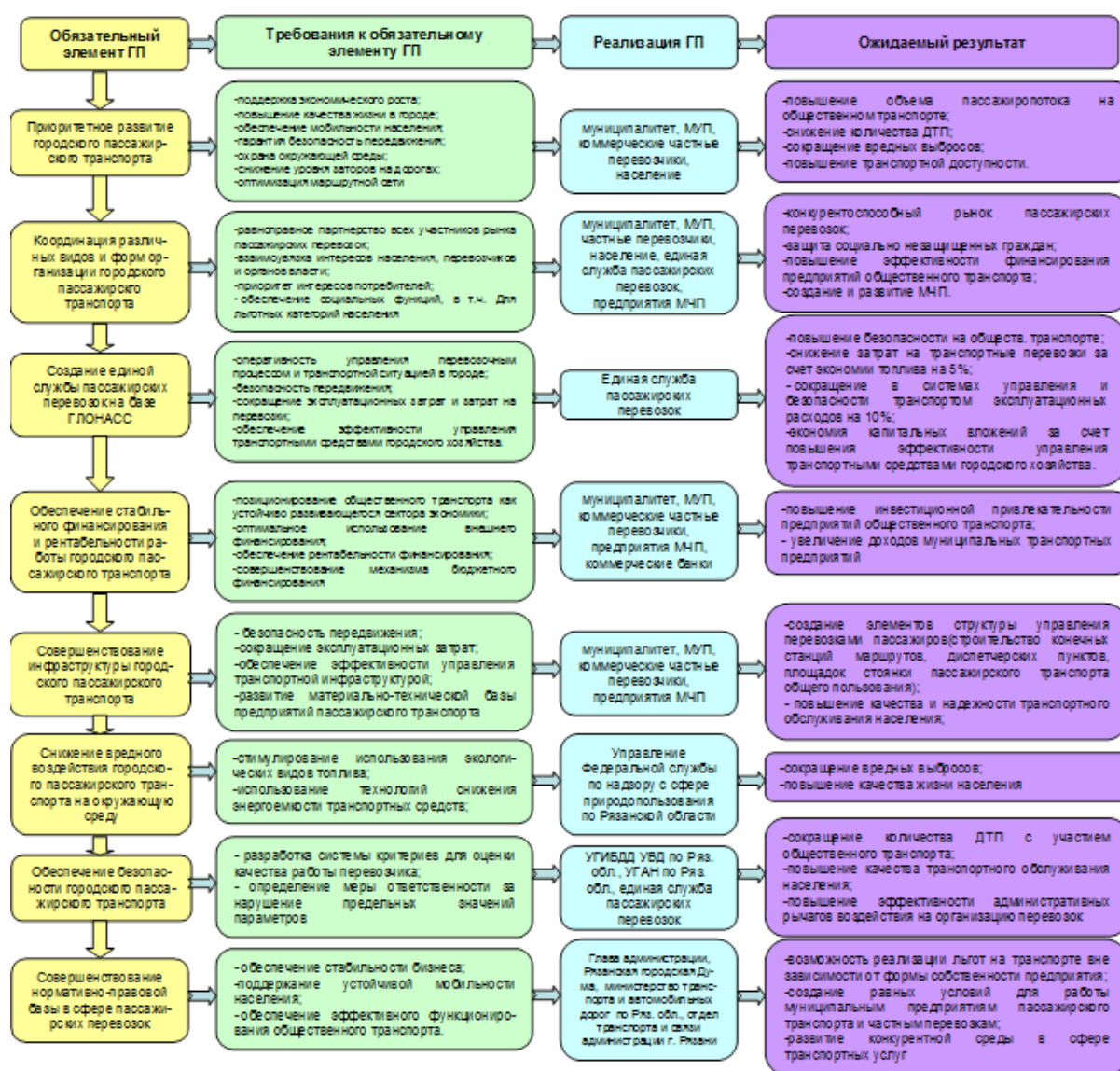


Рис. 4. Основные положения городской политики развития общественного транспорта (на примере г. Рязани).

В качестве конкретных организационных и экономических решений проблемных ситуаций, выявленных в сфере городских пассажирских перевозок могут быть предложены:

- 1) разработка городской политики развития общественного транспорта;
- 2) формирование единой службы пассажирских перевозок;
- 3) использование механизма муниципально-частного партнерства;
- 4) разработка механизма тарифообразования.

Городская политика развития общественного транспорта – это муниципальная управленческая деятельность, направленная на разработку стратегии развития муниципалитета, учитывающая особенности взаимодействия с региональными потребителями транспортных услуг и необходимость популяризации общественного транспорта как фактора повышения мобильности населения муниципалитета. Цель разработки городской политики развития общественного транспорта состоит в обеспечении качества жизни населения и устойчивого развития города путем оптимизации преимуществ общественного транспорта (рис. 4).

Основные задачи, которые призвана решать городская политика развития общественного транспорта, сводятся к следующим:

- формирование и проведение единой политики администрации конкретного региона, администраций муниципальных образований и субъектов хозяйственной деятельности в сфере развития общественного транспорта;
- качественного предоставления населению города транспортных услуг;
- создание интеллектуальных систем управления общественным транспортом;
- снижение транспортных издержек;
- повышение безопасности на общественном транспорте;
- снижение вредного воздействия транспорта на окружающую среду.

Достижение целей городской политики и решений управления может быть достигнуто путем создания единого управляющего центра прямо подчиняющегося муниципалитету в виде единой службы пассажирских перевозок, которая представляет собой организационный способ реализации единой системы муниципального управления общественным транспортом, с применением ГЛОНАСС, обеспечивает оперативное исполнение функций управляющего муниципального органа в сфере пассажирских перевозок и формирует условия и возможности координирования работы всех участников рынка пассажирских перевозок (рис. 5).

Кроме того, единая служба пассажирских перевозок решает проблему эффективного использования ГЛОНАСС. В настоящее время данная система используется только на сбор фактических данных о движении общественного транспорта, оснащенного терминалами (контроль за местонахождением транспортных средств на маршрутной сети, фиксация отклонений и изменений на маршруте, скорости движения, соблюдения расписаний). А это приводит к невозможности обеспечения комплексного опера-

тивного регулирования городского транспорта и ограниченному использованию возможностей навигационно-информационной системы без участия служб и подразделений муниципалитета.

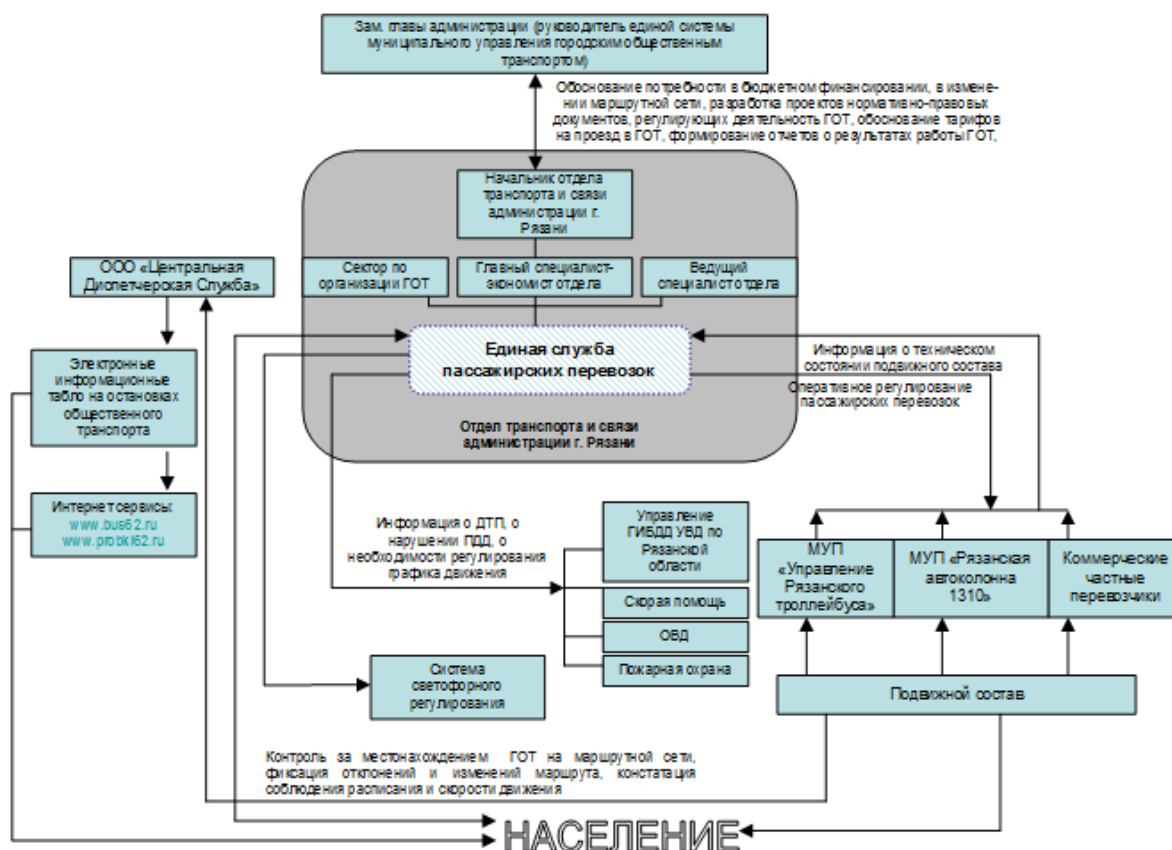


Рис. 5. Функциональная схема работы единой службы пассажирских перевозок на базе ГЛОНАСС (на примере г. Рязани).

Дополнительные функции в системе муниципального управления, возникающие в связи с созданием единой службы пассажирских перевозок:

- повышение эффективности использования подвижного состава городского общественного транспорта за счет рационального использования резерва на наиболее загруженных направлениях;
- обеспечение регулярности движения городского общественного транспорта в существующей маршрутной сети города;
- осуществление оперативного регулирования перевозками населения с привлечением всех видов пассажирского транспорта при возникновении аварий, неблагоприятных дорожно-климатических условий, чрезвычайных ситуаций, проведении массовых городских мероприятий;
- оперативное редактирование и корректировка графиков движения;
- контроль над возникновением чрезвычайных ситуаций (ДТП, терроризм, криминальные ситуации);
- использование данных, поступающих от терминалов, установленных на пассажирском транспорте, для регулирования светофоров;

– оперативная выработка управляющих воздействий для использования резервных транспортных средств, в случаях схода их с линии, нарушения движения, изменения распределения пассажиропотоков, проведения координированных действий с другими видами городского общественного транспорта;

– мониторинг удовлетворенности населения оказанными услугами по пассажирским перевозкам.

Однако ни единая служба пассажирских перевозок, ни единая система муниципального управления не смогут полностью реализовать свои стратегические задачи, не решив проблему низкого качества транспортных услуг, оказываемых коммерческими частными перевозчиками. Причиной низкого качества услуг является использование изношенной техники малой вместимости, отсутствие необходимой производственной базы для техобслуживания и ремонта, диспетчерских пунктов, отсутствие предрейсовых медицинских осмотров и т.д. Для устранения этих проблем в рамках реализации единой системы муниципального управления предусмотрен механизм муниципально-частного партнерства на основе создания хозяйственных обществ с участием муниципальных и коммерческих предприятий (рис. 6) [3].

Для реализации проектов муниципально-частного партнерства наиболее приемлемым видом партнерских отношений муниципалитета и частного сектора выступает концессия. При этом частный сектор имеет больше стимулов эффективно управлять транспортной инфраструктурой, пассажирским транспортом и обеспечивать более высокую экономическую отдачу, в том числе применяя технологические инновации.

Концессия позволяет сбалансировать задачи и обязанности государственного сектора (безопасность, социальная стабильность, развитие) с интересами частного сектора (доходность и эффективность).

Однако следует отметить, что существуют определенные дискуссионные аспекты, касающиеся выбора предмета концессии, с одной стороны, и также разработки набора функций муниципального органа при реализации проектов партнерства, с другой стороны. Так, по нашему мнению, предметами концессионного соглашения могут выступать подвижной состав (автобусы, троллейбусы), контактные сети, объекты транспортной инфраструктуры (депо, остановочные комплексы, выделенные полосы движения). Также муниципалитетами могут быть выбраны такие предметы концессионного соглашения, которые находятся и вне сферы общественного транспорта, но принадлежат муниципалитету (например, создание автостоянок). Участвуя в партнерстве, частный перевозчик получает право преимущественного движения по выделенным полосам, техническое обслуживание, медицинское освидетельствование и т.д.

Применение модели муниципально-частного партнерства, адаптированной для задач общественного транспорта, должно позволить снизить

затраты муниципалитета на общественный транспорт, обеспечить высокую социальную защищенность населения, контролировать качество услуг предоставляемых коммерческими перевозчиками и увеличить доходные статьи бюджетов различных уровней.

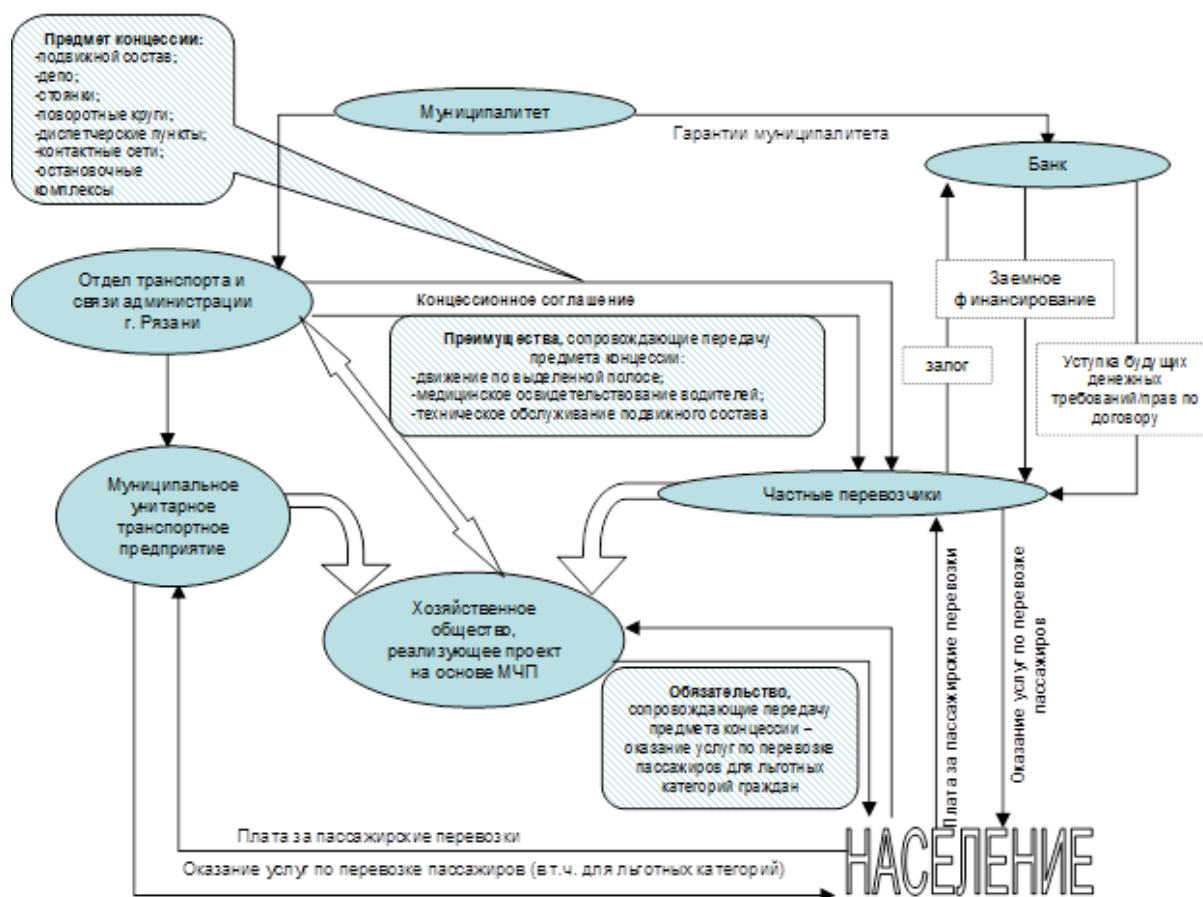


Рис. 6. Функциональная схема муниципально-частного партнерства в сфере городского общественного транспорта (на примере г. Рязани).

Единая система муниципального управления общественным транспортом будет неполноценной без совершенствования тарифной политики в секторе пассажирских перевозок. Тарифная политика должна отвечать следующим требованиям:

- тариф устанавливается в соответствии с задачей социального обслуживания населения;
- регулируемая часть тарифа должна быть направлена на компенсацию разницы между поступлениями от взимания платы за пользование транспортом и эксплуатационными издержками;
- общественный транспорт должен получать государственное финансирование, объем которого позволит обеспечить выполнение стратегических целей;
- государственное финансирование является необходимым и его следует рассматривать не как субсидии, а как плату за услуги, предоставляемые обществу;

– городской общественный транспорт требует расходов, выходящих за рамки доходов, получаемых от платы за проезд, поэтому государственной финансирование должно предусматривать стимулирование транспортных предприятий и привлечений инвестиций;

– необходимо формирование механизма, позволяющего четко отслеживать эффективность освоения получаемых государственных средств.

Основой совершенствования тарифной политики является разумное сочетание следующих трех подходов к тарифообразованию:

1. Бюджетный тариф, который формируется, когда муниципалитет финансирует из бюджета расходы муниципальных транспортных предприятий независимо от того, что часть средств будет возвращена в бюджет от продажи билетов.

2. Рыночный тариф, который формируется на услуги перевозчиков как коммерческих организаций, функционирующих в условиях свободного рынка, на основе самокупаемости.

3. Договорной тариф, который формируется как результат взаимодействия участников рынка услуг общественного транспорта на основе покрытия части затрат перевозчиков из бюджета муниципалитета.

Таким образом, анализ проблем, существующих в сфере муниципального общественного транспорта, выявил необходимость формирования единой системы муниципального управления городским общественным транспортом и определил системообразующую роль муниципалитета. Так, система муниципального управления городским общественным транспортом позволит сформировать комплекс мероприятий обеспечивающих решение задач по планированию, финансированию и предоставлению транспортных услуг высокого качества в муниципалитете.

Библиографический список

1. Сергиенко Н.В. Государственное управление: Общественный сектор региональной экономики: структура и механизм организации // Региональная экономика и управление // Электронный научный журнал. 2006. № 3 (7).

2. <http://www.gks.ru> – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.

3. Никитенко С.М. Эффективные механизмы инновационного развития экономики муниципальных образований // Электронный журнал.

Контактная информация:

(4912) 46 03 58

e-mail: erz_anna@mail.ru

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ХАРАКТЕР РАЗВИТИЯ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИИ

CONTEMPORARY CONDITION AND CHARACTER OF DEVELOPMENT OF DEFENCE INDUSTRIAL COMPLEX IN RUSSIAN FEDERATION

А.В. ЗАЙЦЕВ, соискатель
НИИ Счетной палаты

A.V. ZAJCEV, applicant
Research Institute under Chamber of Accounts

Аннотация

В статье автор оценивает состояние оборонно-промышленного комплекса Российской Федерации, а также анализирует актуальные проблемы в этой области, предпосылки их возникновения и возможные варианты их решения.

Abstract

In the article the author estimates the condition of defense industrial complex in Russian Federation, and also analyzes actual problems in this sphere, premises of its origin and possible variants of its solution.

Ключевые слова: оборонно-промышленный комплекс, кадровая политика, коррупция, банкротство, стратегия развития.

Keywords: defense industrial complex, manpower policy, corruption, bankruptcy, strategy of development.

Сегодня оборонно-промышленный комплекс России представляет собой многофункциональные научно-производственные отрасли промышленности, способные разрабатывать и производить современные виды и типы вооружений, военной и специальной техники (далее – ВВСТ), а также выпускать разнообразную наукоемкую гражданскую продукцию. Его основу составляют стратегические предприятия и стратегические акционерные общества, перечень которых насчитывает более 1000 наименований.

Экономисты А.В. Бирюков (2009) и В.Н. Дрожжов (2009) отмечают, что основная функция оборонно-промышленного комплекса – обеспечение

безопасности и обороны государства. Исполнение данной функции достигается реализацией следующих задач: а) поддержание и наращивание научного потенциала в оборонно-промышленном комплексе; б) техническое оснащение и перевооружение ключевых предприятий, компаний и корпораций оборонно-промышленного комплекса; в) сохранение и подготовка элитных кадров [1; 2]. В методологическом плане данные задачи очень важны для осмысления стратегии развития современного оборонно-промышленного комплекса, связанного с модернизацией и реконструкцией предприятий оборонного назначения.

Одной из основных функций оборонно-промышленного комплекса на макроэкономическом уровне является обеспечение поступления в государственный бюджет значительных финансовых средств (его внешнеэкономическая деятельность в значительной степени определяет поставки высокотехнологичной продукции на внутренний и мировой рынок).

Анализ развития оборонно-промышленного комплекса в различные исторические периоды страны свидетельствует о том, что в советский период в структуре экономики России была создана мощная и эффективно работающая система высокотехнологичных отраслей производства, ядро которых составлял оборонно-промышленный комплекс. Среди объемов финансирования в высокотехнологичном секторе преобладало военное производство (72% всех НИОКР предназначалась для военных разработок). При этом, подчиняясь специфическим интересам безопасности военного производства, особым образом была выстроена и организационная структура оборонно-промышленного комплекса: предприятия должны были быть максимально автономны, чтобы самостоятельно осуществлять набор операций процесса выпуска продукции; было сильно развито «дублирование» производства.

Постсоветский период развития предприятий оборонно-промышленного комплекса охарактеризовался снижением внимания руководства страны к данной отрасли народного хозяйства. Последствия такого управления отразились, во-первых, на кадровом потенциале, также оказались невостребованными технологические и научные возможности комплекса. Во-вторых, проблема перехода от административно-командных методов к рыночным отношениям в военном секторе хозяйства оказалась тесно переплетенной с проблемами нерентабельности ряда предприятий оборонно-промышленного комплекса, масштабы военного производства, формирования высокотехнологичных интегрированных структур, обеспечивающих современные НИОКР в сфере военной безопасности государства.

Современный этап развития оборонно-промышленного комплекса РФ связан с нивелированием последствий неэффективного использования предприятий, компаний и корпораций данного комплекса:

- а) увеличение государственного заказа на продукцию оборонных предприятий;
- б) налаживание кооперационных связей не только предприятий оборонного комплекса, но и гражданских;
- в) системная политика по разгосударствлению госсобственности;
- г) восстановление научно-технической и производственной деятельности предприятий оборонно-промышленного комплекса;
- д) привлечение квалифицированной рабочей силы [4].

Анализ Федеральных целевых программ по оборонно-промышленному комплексу позволяет сделать вывод о том, что на сегодняшний день идет активный поиск и проработка эффективной структуры комплекса. Частота принятия программ, их противоречивость свидетельствуют о том, насколько органы государственного управления озабочены развитием экономики данного сектора. Серьезные затруднения испытывает оборонно-промышленный комплекс не только из-за неопределенности в организационной структуре, но и из-за кадровой политики, проводимой в этой отрасли промышленности.

Ряд экономистов (И.Б. Федоров, 2011; В.К. Балтян, 2011; П.Д. Крутько, 2011; В.И. Матвеев, 2011; А.Я. Савельев, 2011) отмечает неуклонное «старение» кадров «оборонки» (средний возраст сотрудников, работающих на предприятиях оборонного комплекса, составил 46 лет); отсутствие заказов и соответствующего финансирования на НИОКР, что нарушает основной принцип технического образования – «обучение на основе науки», поскольку преподаватели и студенты не могут участвовать в научных исследованиях. Имеются правовые и финансовые проблемы функционирования таких структурных подразделений вузов, как отраслевые факультеты, базовые кафедры, филиалы кафедр.

Разработанная стратегия создания в оборонно-промышленном комплексе системы многоуровневого непрерывного образования предполагает формирование системы обеспечения оборонно-промышленного комплекса высококвалифицированными работниками всех уровней профессионального образования (научными работниками, высококвалифицированными специалистами и рабочими кадрами) с учетом текущих и перспективных потребностей организаций оборонно-промышленного комплекса для реализации задач по обеспечению национальной безопасности России, устойчивого промышленного роста и конкурентоспособности отечественной промышленности, повышению инвестиционной привлекательности и инновационной активности организаций оборонно-промышленного комплекса. Однако, целевые индикаторы реализации Стратегии на сегодняшний момент не достигнуты. Процент выпускников федеральных государственных образовательных учреждений послевузовского, высшего, среднего и начального профессионального образования, получивших образование в

рамках реализации государственного плана на условиях целевого приема в организации оборонно-промышленного комплекса составил менее 25 %.

Коррупция в оборонно-промышленном комплексе является одной из основных проблем наряду с ценообразованием на продукцию военного назначения, хроническим невыполнением оборонного заказа и госпрограмм вооружения. Проведенная Счетной палатой оценка выполнения гособоронзаказа на основе сопоставления номенклатуры и объема выполненных работ с соответствующими показателями выявила, что государственный оборонный заказ на 2010 год Минобороны России по количеству заданий (номенклатуре НИОКР) был выполнен на 41,9%, а по объему работ – на 64,9% [3].

В результате непродуманной политики государства в отношении структурного реформирования оборонно-промышленного комплекса происходит деградация оборонных предприятий, а в некоторых случаях и ликвидация целых оборонных подотраслей. Так, проблемой как промышленной, так и научной составляющей оборонно-промышленного комплекса стало инициирование процедуры банкротства на целом ряде оборонных предприятий (с 1999 г. по настоящее время из состава оборонного комплекса выведено 197 предприятий). Только за время действия программы реформирования в результате конкурсного производства были распроданы производственные мощности около 150 предприятий и организаций. Около 50 предприятий сегодня находятся в той или иной стадии банкротства. Приходится, к сожалению, констатировать: если такие темпы банкротства предприятий оборонно-промышленного комплекса сохранятся и дальше, то через несколько лет Вооруженные силы РФ останутся без российского вооружения и военной техники, а возможно, и перейдут на их импорт.

Библиографический список

1. Бирюков А.В. Проблемы построения инновационных кластеров в оборонной промышленности Российской Федерации. Самара, 2009. 246 с.
2. Дрожжов В.Н. Совершенствование интеграционных процессов в рамках управления оборонно-промышленным комплексом. Автореф. дис. ... канд. эконом. наук. М., 2009. 24 с.
3. Мухин В. Системный сбой российской оборонки. Армия и флот остались без новейших вооружений // Независимое военное обозрение. № 10. 03.02.2010.
4. Хрипунова А.С. Управление инновационной деятельностью предприятий оборонно-промышленного комплекса. Автореф. дис. ... канд. эконом. наук. М., 2010. С. 14-16.

Контактная информация:

e-mail: krolikow@rambler.ru

**УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ
В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

**MARKETING SYSTEM QUALITY MANAGEMENT
OF THE PHARMACEUTICAL ENTERPRISE**

Н.Б. ЗЕМЛЯНСКАЯ, к.э.н., доцент
Кафедра «Маркетинг»
МАТИ

Е.В. КУЛАКОВА, аспирант
Кафедра «Маркетинг»
МАТИ

N.B. ZEMLYANSKAYA, Cand. of economic sci., Ass. professor
«Marketing» Department
MATI

E.V. KULAKOVA, postgraduate student
«Marketing» Department
MATI

Аннотация

В последнее время ситуация с производством фармацевтических препаратов на Российском рынке взята под серьезный государственный контроль. В рамках стратегической программы развития отрасли «Фарма 2020» предполагается, что все Российские производства перейдут на стандарт GMP. Это даст им определенные конкурентные преимущества, но и повлечет за собой некоторые трудности. В статье рассмотрены проблемы управления качеством на современном фармацевтическом предприятии с точки зрения повышения его конкурентоспособности.

Abstract

Currently, the situation with the production of the pharmaceutical goods is taken under a serious control on the Russian market. According to the strategic program of the development of the sector “Farma-2020”, it is suggested that all Russian manufactories will follow the GMP (“Good Manufacturing Practice”) standard. That will give the certain competitive edge but at the same time it will cause a number of difficulties. At the modern pharmaceutical enterprise the management of quality, as the main factor of competitiveness, should hold the

central place in the marketing system and in the management system of the enterprise.

Ключевые слова: управление качеством, конкурентоспособность, стандарт GMP, валидация, организационная структура.

Keywords: quality management, competitiveness, the GMP (“Good Manufacturing Practice”) standard, validation, organization structure.

Фармацевтическая продукция – товар высокого риска. От качества лекарственных средств (ЛС) зависит жизнь людей, поэтому требования к их качеству особенно высоки.

Качество выступает как главный фактор конкурентоспособности товара. Центральное место, занимаемое качеством и конкурентоспособностью в маркетинговой политике, определяет их место в стратегии маркетинга. Поскольку маркетинг ставит в центр внимания потребителя, вся работа предприятия, использующего принципы и методы маркетинга, направлена на подчинение производства интересам потребителя.

В силу этого проблемы качества и конкурентоспособности в маркетинге носят не текущий, тактический, а долговременный, стратегический характер.

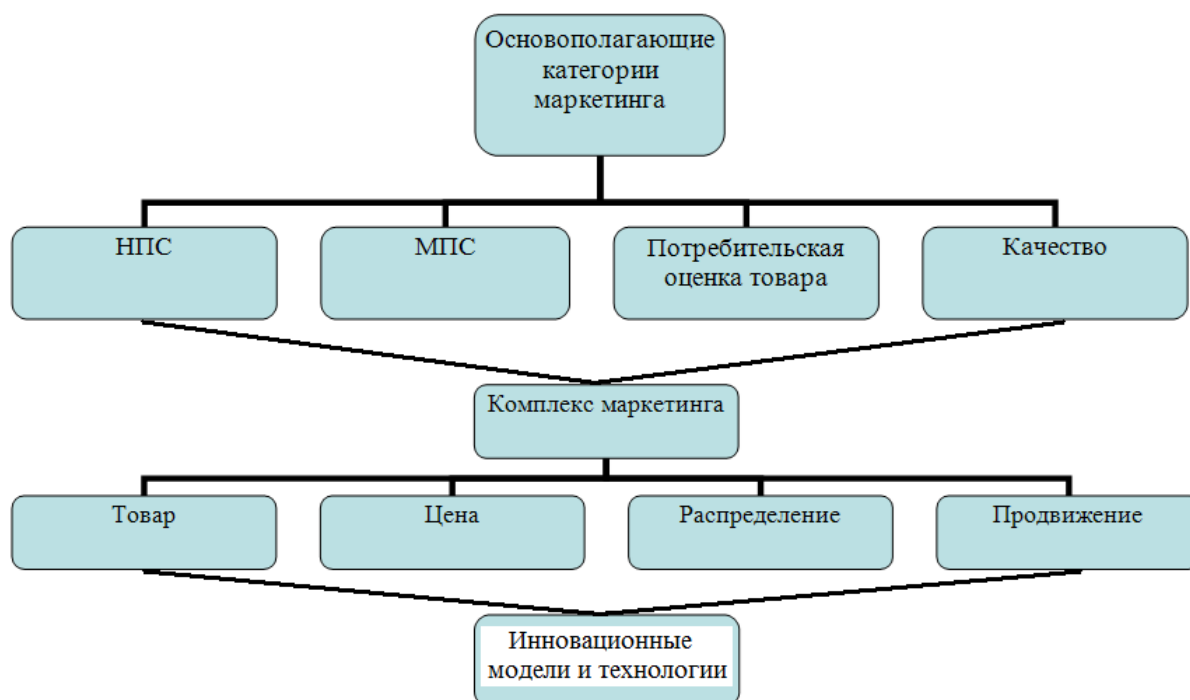


Рис. 1. Место качества в системе маркетинга.

Одной из актуальных проблем сегодняшнего дня является проблема управления качеством. Настало время, когда производители продукции

поняли, что путь выживания и благополучия в рыночной среде – это создание продукции высокого качества, конкурентоспособной как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Большинство зарубежных компаний в основу своей стратегии продвижения ставят высокое качество продукции. Российские компании на данный момент конкурируют с западными производителями по цене (российские препараты дешевле импортных, но значительно уступают им по качеству). Это подтверждает и тот факт, что объем импорта лекарственных средств в Россию постоянно растет. В 2009 г. он составил 280,3 млрд. руб., превысив показатели предыдущего года на 13% (в предыдущем году прирост импорта в стоимостном выражении составил 29%) см. диаграмму на рис. 2.

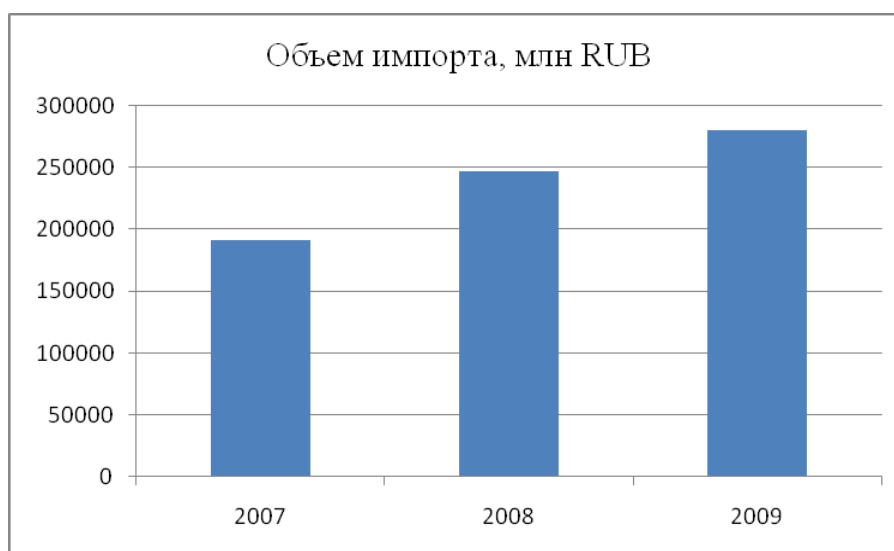
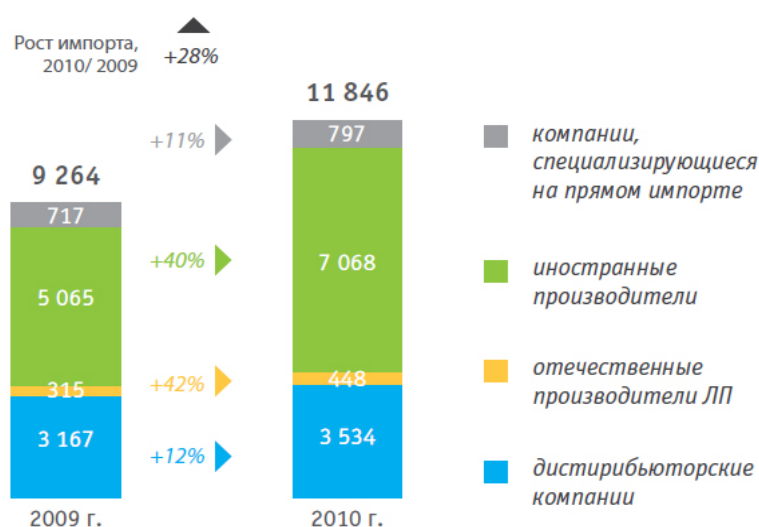


Рис. 2. Динамика объема импорта лекарственных средств.

Такая же ситуация прослеживается и по данным 2010 года. Изменения в структуре фармацевтического рынка представлены на диаграмме на рис. 3.



Источник: Diamond Vision

Рис. 3. Объем импорта лекарственных средств в Россию в 2010 году (млн. долларов).

Федеральным законом № 86-ФЗ «О лекарственных средствах», ГОСТ Р 52249-2004 и ГОСТ Р 52537-2006 предусмотрено, что производитель лекарственных товаров должен организовать их производство так, чтобы они гарантировано соответствовали своему назначению и предъявляемым требованиям и не создавали риска для потребителей из-за нарушения условий безопасности, качества или эффективности. Гарантией является деятельность, направленная на выполнение требований к качеству, т.е. управление качеством в системе маркетинга и менеджмента предприятия.

Как доказали в своих трудах многие отечественные и зарубежные ученые, процесс управления качеством должен иметь системный характер. Это наглядно иллюстрирует цикл Э. Деминга (рис. 4).

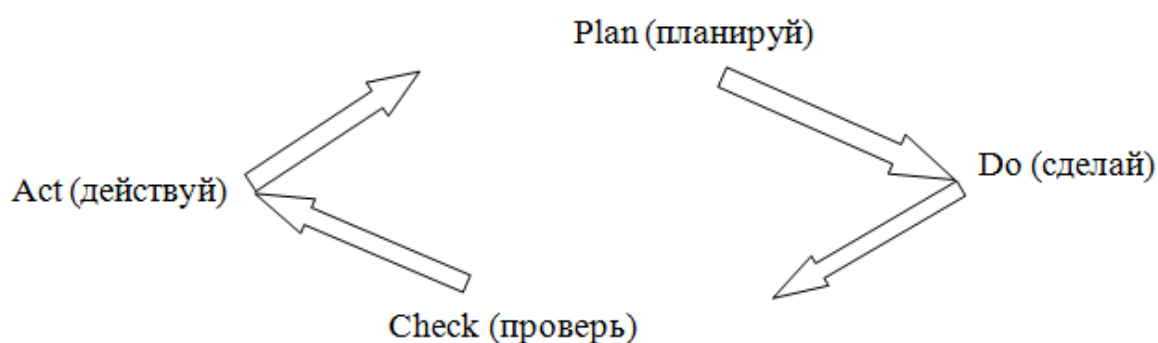


Рис. 4. Цикл Деминга.

Данный цикл состоит из последовательного циклического прохождения следующих этапов:

- Plan: установить цели и определить методы их достижения;
- Do: осуществить запланированное;
- Check: сравнить полученный результат с ожидаемым;
- Act: улучшить полученный результат.

Понятие цикла Деминга не ограничивается только контролем качества изделий, его можно распространить на весь менеджмент предприятия.

Цикл Деминга имеет воспроизводственный характер. Его реализация этого цикла обеспечивает повышение качества продукции. При умелом использовании цикла Деминга на предприятии можно ожидать наибольшей результативности при минимальных затратах.

Контроль качества ЛС – это одна из немногих позиций глобального межгосударственного взаимодействия, где принята единая методология, в основе которой лежит перенос акцента с контроля качества готовой продукции на обеспечение качества на всех этапах производства и реализации лекарственных средств. Сейчас уже более 140 государств присоединились к Системе Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), которая проводит сертификацию медикаментов, поступающих на внешний рынок, основанную на стандартах GMP. Стандарт GMP («Good Manufacturing

Practice», Надлежащая производственная практика) – система норм, правил и указаний в отношении производства лекарственных средств, медицинских устройств, изделий диагностического назначения, продуктов питания, пищевых добавок и активных ингредиентов. В отличие от процедуры контроля качества путём исследования выборочных образцов таких продуктов, которая обеспечивает пригодность к использованию лишь самих этих образцов (и, возможно, партий, изготовленных в ближайшее к данной партии время), стандарт GMP отражает целостный подход и регулирует и оценивает собственно параметры производства и лабораторной проверки.

В целом стандарты GMP базируются на необходимости устранения негативных моментов в производственном процессе, в результате учета тех факторов, которые могут нанести ущерб готовой продукции. Кроме того, в основе концепции GMP лежит понимание ограниченных возможностей контроля качества лекарственных средств путем лабораторных испытаний образцов готовой продукции. Подобные испытания рассматриваются лишь в качестве составной части общей системы гарантий качества лекарственных средств. Производство лекарственных средств должно иметь все необходимые условия включая: квалифицированный персонал; достаточные и пригодные для работы помещения; соответствующее оборудование; надлежащие исходные материалы; утвержденные технологические регламенты и инструкции; подходящие условия складирования и транспорт; достаточные возможности и ресурсы для проведения контроля качества. Система GMP требует четкого ведения документации.

Система обеспечения качества включает в себя выполнение требований GMP, а также "Правила доклинической оценки безопасности фармакологических средств" ("Good Laboratory Practice" – GLP), "Правила клинических испытаний" ("Good Clinical Practice – GCP).

Система обеспечения качества предназначена для того, чтобы фармацевтическое предприятие могло гарантировать:

- разработку, испытания и изготовление лекарственных препаратов с учетом требований GMP, GLP, GCP;
- производство обеспечено утвержденными технологическими регламентами и методиками, инструкциями, учитывающими правила GMP;
- четко определена ответственность руководящего персонала за качество готового продукта, что должно быть установлено должностными инструкциями;
- контроль качества исходного сырья, вспомогательных, упаковочных и маркировочных материалов осуществлены на стадиях их изготовления и/или поставки перед применением в процессе производства;
- проведена регистрация всех производимых контрольных испытаний сырья, вспомогательных упаковочных и маркировочных материалов, полуфабрикатов и готовых продуктов поэтапного контроля процесса производства, калибровки приборов и валидация;

- готовый продукт произведен в соответствии с утвержденными технологическими регламентами;
- реализация готового продукта осуществлена только после получения соответствующего разрешения руководителя отдела контроля качества;
- имеется документация, позволяющая контролировать условия хранения продукта, сроки годности у производителя, а также при транспортировке и реализации.

В России в 2001 году был принят стандарт близкий к правилам GMP. Но только в 2004 году, был введен в действие ГОСТ Р 52249-2004 “Правила производства и контроля качества лекарственных средств”, который гармонизирован в соответствии с правилами GMP Европейского Союза.

К основным отличиям российских норм от действующих в настоящее время правил GMP относятся:

- наличие дополнительных требований по организации производства стерильных ЛС в конце ряда разделов;
- введение норм классификации помещений производства нестерильных ЛС по содержанию в воздухе микроорганизмов;
- наличие раздела “Валидация”, в котором указаны ее виды и основные элементы, установлены общие требования к порядку проведения валидации на фармацевтических предприятиях (подтверждение на основе представления объективных свидетельств того, что требования, предназначенные для конкретного использования или применения, выполнены (ISO 9000:2005)).

Внедрение GMP на российских фармацевтических предприятиях осуществляется крайне медленно, что объясняется рядом причин. Необходимы значительные средства для модернизации и реконструкции производств, которые потребуются в связи с введением GMP. Соответственно, высказываются опасения о росте себестоимости, а, следовательно, и цен на отечественные лекарственные средства и снижению их конкурентоспособности в соответствии с зарубежными аналогами.

Между тем, ситуация с качеством лекарственных средств, находящихся в обращении на российском фармацевтическом рынке, остается неблагоприятной. В среднем, среди всех изъятых недоброкачественных препаратов, 65% произведены в России. Анализируя рекламации на качество препаратов, предъявленных производителям, можно сказать, что наиболее часто инъекционные препараты не соответствуют установленным требованиям по показателю “Механические включения”, “Описание”, “Цветность”; твердые лекарственные формы – по показателям “Описание”, “Маркировка”, “Количественное содержание”; мягкие лекарственные формы – по показателям “Описание” и “Количественное содержание”. В то же время 63,8% всех рекламаций на качество отечественных лекарственных средств являются результатом производственных ошибок. По мнению многих вра-

чей, отечественные препараты, как правило, не выдерживают никакой критики, часто они совершенно неэффективны.

Анализ нарушений, выявляемых при инспектировании предприятий, показывает, что все проблемы, связанные с качеством вызваны:

- снижением производственной дисциплины;
- низким качеством производственной документации;
- плохой организацией производственного процесса;
- отсутствием у ОТК достаточных материально-технических средств, полномочий при выборе поставщика сырья и упаковочных материалов, по регулярной проверке технологической дисциплины на производстве и т.д.

Внедрение и последующая реализация правил GMP позволит в значительной мере ликвидировать эти проблемы, что будет способствовать улучшению качества лекарственных средств в Российской Федерации.

По новому закону о лекарствах планируется обязать всех российских производителей перейти на стандарт GMP до 1 января 2014 года.

На данный момент в России 460 предприятий осуществляют деятельность по производству лекарственных средств, но только 10% уже перешли на стандарты GMP, а 40% – привели в соответствие отдельные участки производства. В 50% компаний переход еще не начинался (рис. 5).

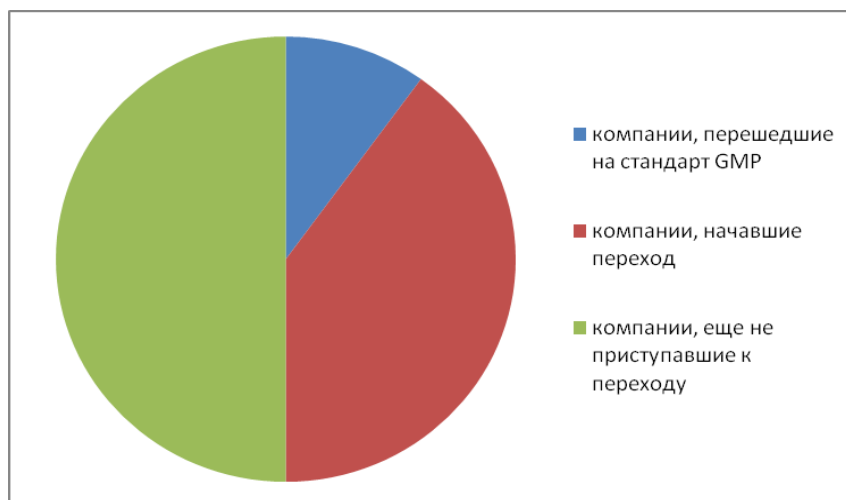


Рис. 5. Переход на стандарты GMP.

Отраслевая сеть для сотрудников фармацевтических компаний Pharm-Med.ru пригласила всех желающих принять участие в исследовании «Готовы ли компании к внедрению стандартов GMP?», чтобы выявить заинтересованность и готовность фармацевтических компаний к их внедрению.

В целом, результаты были вполне ожидаемы (рис. 6). Кто, как не сотрудники фармацевтических компаний должны понимать, что в современных условиях нельзя обойтись без введения стандартов GMP. При этом

61,9% респондентов согласились именно с этой точкой зрения, и только 14,3% считают, что не обязательно использовать стандарты GMP. Часть респондентов на этот вопрос дали свой вариант ответа. Некоторые считают, что в ближайшее время без введения стандартов GMP будет невозможно строить бизнес, поскольку производству ЛС необходим серьезный контроль качества, а всем предприятиям – внедрение системы менеджмента качества. В то же время GMP разработан уже давно и подтвердил свою пригодность для использования во время применения его в европейских странах. Вторая группа респондентов убеждена, что, если речь идет о производстве препаратов для продажи препаратов на территории России, то достаточно использовать с систему ГОСТов, которая зарекомендовала себя ещё в СССР. При этом GMP внедрять не обязательно и это поможет сохранить низкой цену таких препаратов, как, например, «зеленка» и «марганцовка».

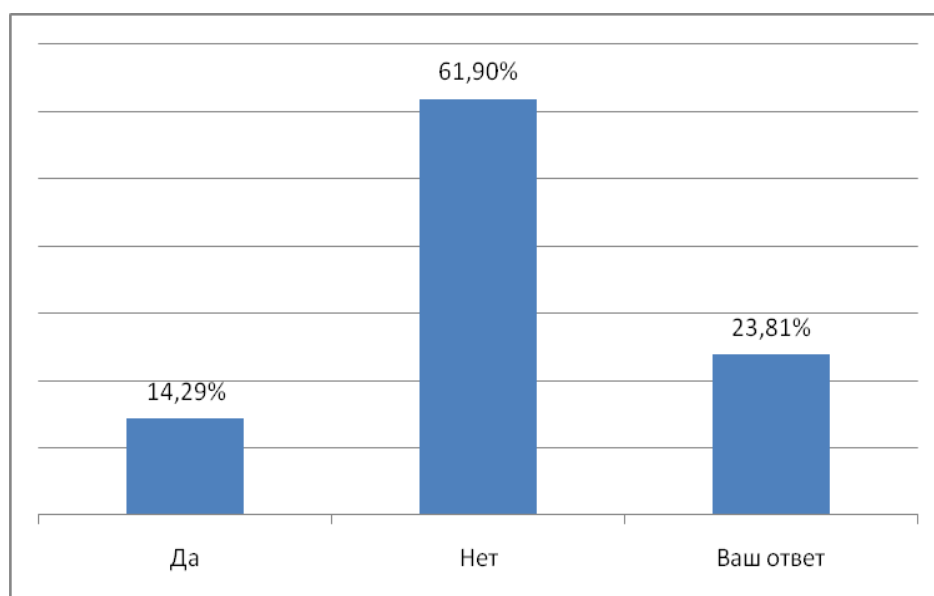


Рис. 6. Данные опросов фармацевтических компаний. «Можно ли обойтись без внедрения стандартов GMP?»

Безусловно, сотрудники компаний прекрасно осведомлены о проблемах, которые могут возникнуть в результате повсеместного внедрения GMP (диаграмма на рис. 7). Основная проблема, которую отметили большинство респондентов – необходимость огромных вложений в модернизацию производства, что обязательно отразится на стоимости лекарственных средств. При этом улучшится качество выпускаемой продукции. Однако было высказано и такое мнение, что производители, нацеленные на получение прибыли в долгосрочной перспективе, не будут повышать цены на лекарства при ее введении.

Отдельным вопросом были вынесены преимущества внедрения GMP. Большинство опрошенных (76,2%) убеждены, что основное преимущество – это производство продукции надлежащего качества в ста-

бильных условиях. 61,9% респондентов отмечают возможность выхода компании на международный рынок при условии соответствия производства стандартам GMP и ровно такое же количество респондентов выделило как преимущество наличие системы внутреннего контроля качества на каждом этапе технологической цепочки. Также к преимуществам внедрения стандартов GMP респондентами были отнесены минимизация человеческого фактора на производстве и обеспечение однородности серии ЛС.

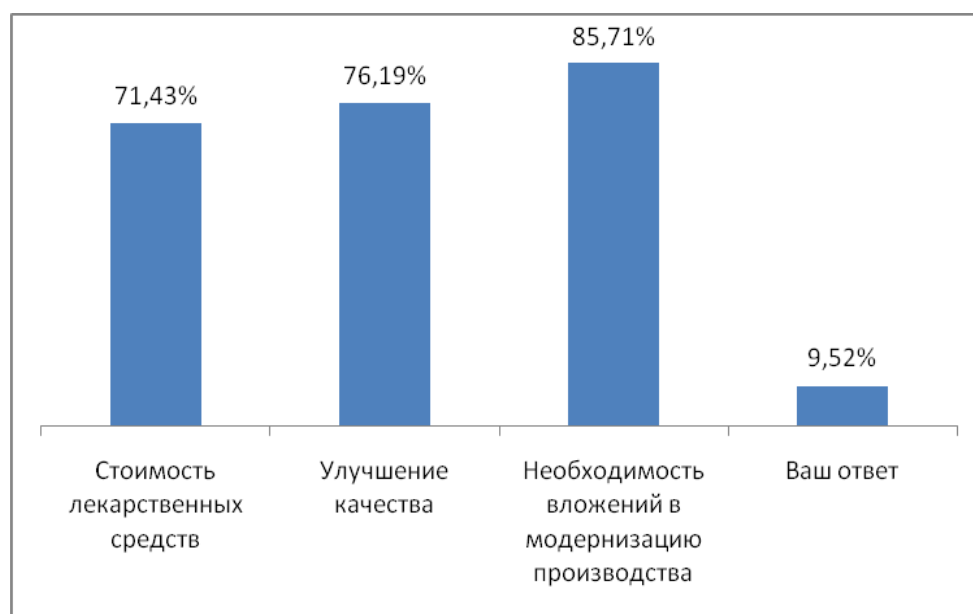


Рис. 7. Возможные последствия внедрения GMP (по данным опросов).

Надо заметить, что кроме модернизации производства, внедрение системы GMP требует и модернизации системы управления предприятием. Сегодня каждая фармацевтическая компания в той или иной степени озабочена качеством выпускаемой продукции. В большинстве из них создана система документации, регламентирующая производственную деятельность в соответствии с его профилем и спецификой. Документация системы качества обеспечивает единое понимание политики в области качества, позволяет четко распределить ответственность, права и обязанности по обеспечению качества и устанавливает порядок взаимодействия подразделений и исполнителей при выполнении своих функций.

Как правило, для повышения гарантии выпуска качественной продукции на предприятиях действует система *самоинспекции* (внутреннего аудита). Самоинспекции подвергаются все структурные подразделения предприятия, задействованные в системе обеспечения качества готовой продукции. Все выявленные в ходе самоинспекции несоответствия фиксируются, рассматриваются вышестоящим руководством, разрабатывается план корректирующих мероприятий по устранению выявленных несоответствий. Система контроля качества осуществляется в соответствии с Российским законодательством, но не в соответствии с GMP.

При внедрении стандарта GMP в организационной структуре компании вместо отдела контроля качества необходимо создавать целое управление, которое займет свое место в системе менеджмента предприятия (рис. 8).

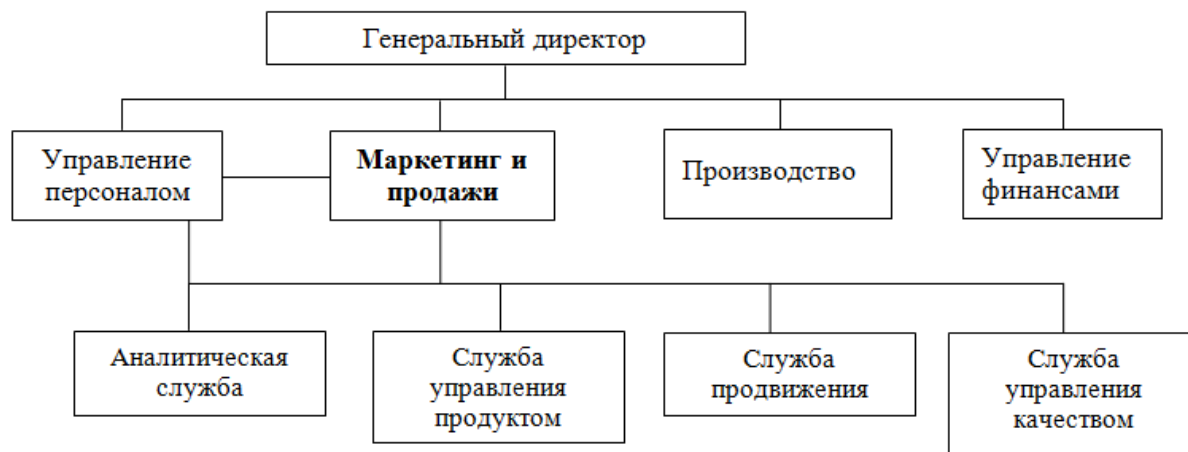


Рис. 8. Организационная структура фармацевтического промышленного предприятия.

Как видно из представленной организационной структуры, служба управления качеством должна позиционироваться как маркетинговая функция, так как именно качество фармацевтической продукции является одним из факторов, влияющих на удовлетворенность потребителей, и на конкурентоспособность выпускаемой предприятием продукции.

Библиографический список

1. Пауков С. Маркетинг фармацевтической продукции. М., 2007.
2. www.gmpnews.ru

Контактная информация:

+7 (903) 612-00-10

e-mail: natasha205@rambler.ru

О ВОЗМОЖНОСТЯХ РАЗМЕЩЕНИЯ СВОБОДНЫХ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РЕГИОНЕ

ABOUT POSSIBILITIES OF NATURAL PERSONS' FREE MONEY RESOURCES PLACING IN REGION

М.М. ИЩЕНКО, к.э.н., доцент

Рязанский государственный радиотехнический университет

П.С. СИНЮШИН, к.э.н., ст. преподаватель

Рязанский государственный радиотехнический университет

M. ICSHENKO, Cand. of economic sci., Ass. professor

Ryazan state radio-engineering university

P.S. SINYUSHIN, Cand. of economic sci., senior lecturer

Ryazan state radio-engineering university

Аннотация

Рассматриваются вопросы вложения физическими лицами денежных средств с учетом доходности банковского сектора региональной экономики, его сравнение и оценка за различные периоды времени, а также альтернатива банковским вкладам и определение доходности.

Abstract

Questions of natural persons' money resources investment taking into account profitableness of bank sector of regional economy, its comparison and an estimation for the various periods of time and alternative to bank contributions, profitableness definition are considered.

Ключевые слова: капитал; инвестиции; клиент; банк; регион; финансовый инструмент.

Keywords: capital; investments; the client; bank; region; the financial tool.

Деньги могут накапливаться в наличной форме, это даёт ряд преимуществ (высокая ликвидность, возможность беспрепятственно, без

ограничений использоваться), но в нынешних условиях этот тип накопленный имеет, серьезный недостаток, а именно, то, что под действием инфляции денежные средства обесценятся. Есть много различных инструментов в которые можно вложить свои сбережения: вклады, ценные бумаги, валюту, недвижимость и т.д., в зависимости от того какой результат вы хотите получить.

Чтобы сделать правильный выбор, необходимо провести анализ и оценку рисков, рассмотреть экономическую ситуацию и перспективу того или иного рынка. В какой бизнес вложить деньги? В какой банк? В какие акции? Стоит ли иметь дело с золотом и другими драгметаллами? Все тонкости будут рассмотрены в данной работе.

В экономической литературе встречается большое количество определений понятия «сбережения». Наиболее простое определение термина «сбережения» дано О.И. Лаврушиным: «...воздержание от трат».

Мотивы, определяющие сберегательное поведение населения:

- 1) Страховой мотив («иметь деньги на всякий случай», «про запас»).
- 2) Инвестиционный мотив («для покупки квартиры», «на образование»).
- 3) Потребительские («для покупки дорогих вещей», «на отдых, развлечения»).
- 4) Мотив развития («для открытия, расширения собственного дела»).

Одним из вариантов размещения свободных денежных средств в регионе является банковский вклад. Существуют различные виды вкладов, различные критерии для выбора (процентная ставка по вкладу), а также иные немаловажные критерии. Вкладом можно назвать денежные средства в рублях или иностранной валюте, размещаемые физическими лицами в целях хранения и получения дохода.

Какие же вклады стоит выделить?

Средства, принятые от клиентов, подразделяются на вклады до востребования, вклады срочные, сберегательные вклады, вложения в ценные бумаги, металлические вклады. Преимущество размещения денег в банке на условиях «до востребования» – высокая ликвидность. Однако для банка такая мобильность является не очень надежной, поэтому процент, который он платит за данные привлеченные средства, относительно невелик. Таким образом, средства, принятые до востребования отличаются свободным зачислением и изъятием, владелец счета платит банку комиссию за открытие и/или пользование счетом в виде твердой месячной ставки или в процентах от дебетового оборота по счету, банк платит владельцу счета невысокий процент либо вообще не платит. К «Срочным» вкладам относятся денежные средства, внесенные или переведенные в банк на фиксированный срок, которые их владельцы в соответствии с договором вклада обязуются не за-

бирать из банка до истечения указанного срока либо до наступления иных обстоятельств, указанных в договоре. Существуют различия в срочных вкладах. Они могут быть срочными, в строгом смысле этого слова, а также вкладами с предварительным уведомлением об изъятии, в том числе досрочном. К характерным особенностям срочных вкладов следует отнести их привлеченность на четко определенный срок, владельцам соответствующих счетов банк платит фиксированный процент. Отличие *«Мультивалютного»* вклада от других видов вкладов подразумевает открытие вклада в нескольких валютах, таких как: доллар США, евро и рубль. В нынешних условиях этот вклад имеет гораздо большую доходность, нежели другой срочный вклад в одной валюте. Только спекулятивный доход при грамотном распоряжении может составить около 40% годовых. Примером может послужить тенденция в период с июля 2008 года по февраль 2009 года официальный курс доллара к рублю вырос на 48,76%. Преимуществами данного вклада являются получение значительного дохода от вклада и правильного распоряжения им, диверсификация рисков, защита от резкого изменения курса одной из валют вклада (перевод денежных средств внутри вклада из одной валюты в другую). Отрицательная сторона – необходимо грамотно управлять средствами на этом счете, так как в большинстве случаев банк берет комиссию за каждую конвертацию денежных средств внутри вклада. Банковские вклады физических лиц с целью накопления или сохранения денежных сбережений населения являются *«Сберегательными»* вкладами. Сберегательные вклады, которые банки открывают физическим лицам, можно подразделить на вклады до востребования, срочные, в том числе: срочные с дополнительными взносами, выигрышные или денежный вклад, доход по которому вкладчик получает в виде выигрышей по регулярно проводимым тиражам; денежно-вещевые выигрышные; целевые (денежные сбережения граждан в банках, как правило, долгосрочные и высокодоходные, но с отложенным сроком получения основного капитала и процентов, предназначенные для накопления средств на перспективу; условные, при котором открытие вклада на другое лицо, которое может распоряжаться только при соблюдении определенных условий или наступлении определенных обстоятельств: совершеннолетие, праздничный вклад; с предуведомленными платежами и др.).

Также в банковской практике применяют *«сберегательный сертификат»* как инструмент привлечения денежных средств населения. Сберегательный сертификат – является ценной бумагой, удостоверяющей сумму вклада, внесенного в кредитную организацию, и права вкладчика (держателя сертификата) на получение по истечении установленного срока суммы вклада и обусловленных в сертификате процентов в кредитной организации, выдавшей сертификат, или в любом ее филиале. Сберегательный сертификат является относительно молодым на российском рынке многофункциональным банковским продуктом. Перечислим особенности сбе-

регательного сертификата: это особый вид депозита, соединяющий в себе свойства вклада и ценной бумаги; он имеет фиксированную процентную ставку, которая устанавливается при выдаче ценной бумаги; выплата процентов осуществляется одновременно с погашением сертификата при его предъявлении; возможность подарить банковский сертификат или передать другому лицу; использование сертификатов как завещание своим наследникам; могут использоваться в качестве залога при кредитовании; сберегательные сертификаты можно использовать для хранения денежных средств во время поездок; сберегательные сертификаты, выписываемые банками на предъявителя, не участвуют в системе страхования вкладов физических лиц; существует налог по ставке 13% от первоначальной стоимости именного Сберегательного сертификата. Упомянутый выше налог, уплачивается, если именной сертификат сменил владельца и гасится не покупателем, а иным лицом. Получение именного сертификата в наследство, его дарение или передача другому лицу, относится к получению дохода другим лиц. Кроме всех выше названных способов привлечения средств, коммерческие банки привлекают средства населения посредством драгоценных металлов. Доход клиентов по операциям с драгоценными металлами складывается из двух составляющих: роста стоимости металла на мировом рынке; процентов, начисляемых банком на сумму вклада. В качестве «валюты» металлического счета может выступать золото, серебро, платина или палладий. Золото и серебро пользуются наибольшей популярностью. Именно поэтому большинство банков открывает только «золотые» и «серебряные» обезличенные счета. Некоторые кредитные учреждения активно работают еще и с «платиновыми» и «палладиевыми» счетами. Существует два вида металлических счетов: ответственного хранения; счета клиентов для учета драгоценных металлов, переданных на ответственное хранение в кредитную организацию с сохранением при этом их индивидуальных признаков (наименование, проба и др.): обезличенный металлический счет (ОМС), открываемые кредитной организацией для учета драгоценных металлов без указания индивидуальных признаков и осуществления операций по их привлечению и размещению. Перечислим следующие особенности вклада ответственного хранения: Вы покупаете золото как изделие, поэтому вам необходимо будет уплатить НДС. То есть, чтобы вы не ушли в «-», вам необходимо дождаться увеличения цены металла хотя бы на 18%; за хранение и совершение каких либо операций банк берет с клиента комиссии (например, за ведение счета); драгоценные металлы принятые от клиента на хранение не являются привлеченными средствами банка и не могут быть использованы как кредитные ресурсы и размещены банком от своего имени и за свой счет в другие банковские инструменты; выдача слитков производится по первому требованию клиента; зачисление на металлический счет или снятие с него слитков драгоценных металлов осуществляется только теми банками или их филиалами, которые

имеют весоизмерительное оборудование и системы приборов и методов неразрушающего контроля подлинности слитков.

Обезличенные металлические счета в свою очередь подразделяются на: счета «до востребования» (доход только в спекулятивной форме); срочные счета.

Сравним счета «до востребования» и «срочный». Счет «до востребования» в любой момент можно закрыть и уйти с наличными. Это значит, что есть возможность быстро отреагировать на текущую рыночную ситуацию. Основным минус счета «до востребования» заключается в том, что счет – беспроцентный. Ваш доход по текущему вкладу может обеспечить только рост курсовой стоимости металла. Если же стоимость металла падает, вы можете оказаться в убытке. Положительная сторона срочного счета это то, что банк гарантирует вам доходность в виде процентов. При досрочном закрытии срочного счета вы не получите причитающихся по вкладу процентов. Даже с начисленными процентами по срочному вкладу вы иногда можете получить меньше, чем вложили. Ведь цены могут качнуться вниз, а вместе с ними, соответственно, и стоимость купленного вами виртуального металла. Начисленные по срочному вкладу проценты облагаются 13%-ным налогом.

Какие общеэкономические тенденции, определяющие развитие рынка вкладов населения, происходят в России?

В 2010 г. происходил плавный восстановительный рост российской экономики. Рост объема ВВП за год составил 4%, промышленное производство в 2010 г. выросло на 8,2%.

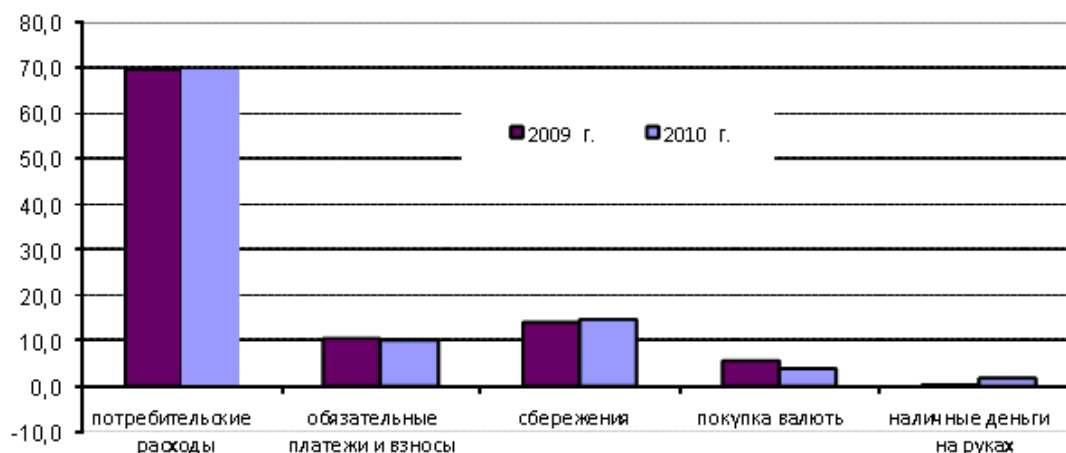


Рис. 1. Использование денежных доходов населения.

Общая сумма банковских вкладов физических лиц на 1 января 2011 г. составила 22,1% ВВП, увеличившись за прошлый год на 3 п.п.

Структура вкладов и размер страховой ответственности заметно различаются по группам банков (структура на 1 января 2011 г.).

Сбербанк, занимающий 47,9% рынка вкладов, стоит «особняком». У него вклады до 700 тыс. руб. имеют наибольшее значение – 76,5% общего

объема, что объясняется значительным количеством средних и малых вкладов в его пассивах.

В остальных крупных игроках розничного рынка – банках с объемом вкладов более 10 млрд руб. – преобладают крупные вклады (доля данной группы на рынке вкладов без Сбербанка – 40,8%). В таких банках на вклады до 700 тыс. руб. приходится 40,2% суммы депозитов, что близко к минимальному уровню в сравнении с другими группами.

У банков с объемами привлеченных средств населения от 1 до 10 млрд руб. (занимают 9,8% рынка вкладов) наблюдается более высокая доля вкладов до 700 тыс. руб. Она составляет 47,3% суммы привлеченных средств населения.

В целом в течение 2010 г. продолжался процесс концентрации вкладов в крупных и средних банках. Также можно отметить, что вслед за ростом объема вкладов происходит рост численности банков в группах с большим объемом вкладов. С 1 января 2010 г. по 1 января 2011 г. число банков, привлекших свыше 10 млрд руб. средств населения, выросло с 66 до 85, а количество банков с объемом вкладов от 1 до 10 млрд руб. – с 263 до 287 банков. Число банков с объемом вкладов до 1 млрд руб. снизилось.

Доля 30-ти крупнейших по объему вкладов населения банков в 2010 г. продолжила плавное снижение – с 79,3 до 78,5% (рис. 2).

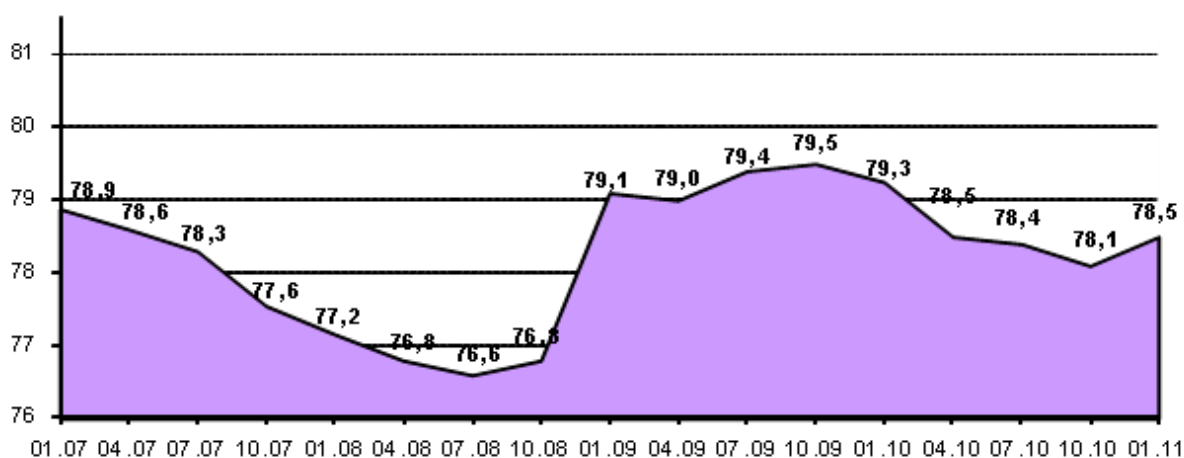


Рис. 2. Доля 30 крупнейших банков на рынке вкладов в %.

В то же время с начала года произошло уменьшение рыночной доли Сбербанка с 49,4 до 47,9%, вызвав основное сокращение доли указанных 30 банков. При этом небольшой скачок в конце года был вызван разовым всплеском вкладов в Сбербанке.

Остальные 70 банков из первой сотни в 2010 г. показали рост немного выше рынка (37,7%), а их доля выросла на 0,5 п.п. до 11,6%.

Все это говорит о том, что основная часть притока средств населения в 2010 г., как и ранее, шла в основном в крупные и средние банки.

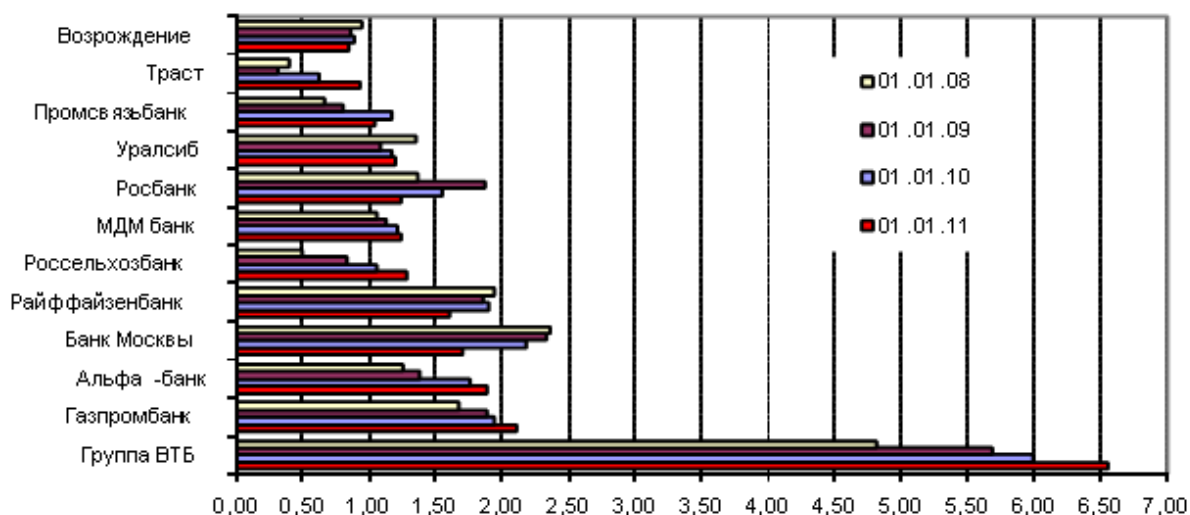


Рис. 3. Доли крупнейших банков на рынке вкладов граждан.

Динамика привлеченных средств физических лиц

В 2010 г. объем вкладов населения в банках увеличился на 2 334 млрд руб. до 9 798,3 млрд руб. Темпы роста составили 31,3% (в 2009 г. – 26,8%), что соответствует уточненному прогнозу Агентства на 2010 г. – 30%.

Без учета переоценки вкладов в иностранной валюте прирост составил бы 32,1%, т.е. в целом ее влияние за год было невелико. Вклад капитализации процентов в рост вкладов в 2010 г. оценивается в 7,1 п.п.

Если в I полугодии дополнительными факторами роста вкладов были сохранение положительной доходности депозитов на фоне низкой инфляции, то во второй половине отчетного периода вклады продолжали быстро расти даже на фоне снижения ставок ниже уровня инфляции. Это свидетельствует о том, что граждане сейчас рассматривают банковские вклады в первую очередь как удобный способ обеспечить гарантированную сохранность денежных средств.

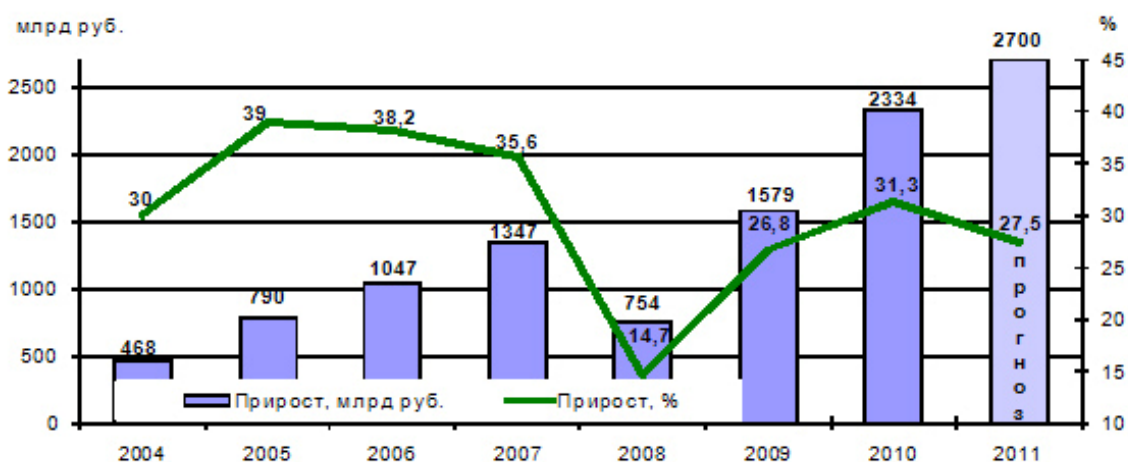


Рис. 4. Прирост вкладов населения в 2004-2011 гг. (млрд руб., %).

Состояние банковской системы Рязанской области

Банковский сектор Рязанской области на 01.01.2011 г. представлен 4 самостоятельными региональными кредитными организациями, 5 филиалами Сбербанка России и 14 филиалами, головные банки которых находятся за пределами региона (таблица 1).

Таблица 1.

Структура банковского сектора Рязанской области и ее динамика.

Количество расположенных на территории Рязанской области:	1.01.2010 г.	1.01.2011 г.
Кредитных организаций, имеющих лицензию на осуществление банковских операций	4	4
Филиалов кредитных организаций Рязанской области	–	–
Филиалов кредитных организаций других регионов, в т.ч. филиалы Сбербанка России	22 (5)	19 (5)
Операционных офисов	34	38
Дополнительных офисов	121	125
Операционных касс вне кассового узла	100	96
Кредитно-кассовых офисов	7	8
ИТОГО ПУНКТОВ БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ (ПБО):	288	290

По материалам ГУ ЦБ РФ Рязанской области.

Внутренние структурные подразделения кредитных организаций, функционирующие в территориально-административных районах области и на территории г. Рязани представлены 123 дополнительными офисами, 38 операционными офисами, 101 операционной кассой, 9 кредитно-кассовыми офисами, 4 представительствами. В кредитных организациях, расположенных в регионе, открыто более 47 тысяч счетов юридических лиц и свыше 3,3 млн. счетов физических лиц (таблица 2).

Таблица 2.

Основные показатели деятельности банковского сектора Рязанской области.

	на 1.01.2011 г., млн. рублей	темп роста к 1.01.2009 г., %	Справочно: темп роста 1.01.2010 к 1.01.2009 г., %
Совокупные ресурсы банковского сектора	85948,1	118,4	104
Вклады и депозиты физических лиц	46751,7	133	131,7
Средства юридических лиц	16476,1	122,9	122,5
Кредитные вложения	66795,5	110,8	98,8

По материалам Рязанской торгово-промышленной палаты.

На территории региона также осуществляли деятельность 5 представительств инорегиональных кредитных организаций.

В соответствии с решениями головных банков закрыты филиалы ОАО «ГУТА-БАНК», НБ «ТРАСТ», ООО КБ «Транспортный». В связи с реорганизацией в форме присоединения ЗАО «Газэнергопромбанк» к ОАО «АБ «РОССИЯ», закрыт филиал закрытого акционерного общества «Газэнергопромбанк» в Рязани, на его базе открыт Рязанский филиал ОАО «Акционерный Банк «РОССИЯ». В связи с отзывом лицензии на осуществление банковских операций у АКБ «СЛАВЯНСКИЙ БАНК» (ЗАО), работает временная администрация по управлению названной кредитной организацией, в том числе в ее Рязанском филиале.

Основной прирост банковских пассивов (на 70,9%) сложился за счет средств физических лиц, которые за год возросли на треть и составили 46,7 млрд. рублей. Сберегательная активность населения в целом на протяжении всего года была высокой. Рост вкладов граждан привел к увеличению их доли в объеме совокупных ресурсов с 48,4% на 1.01.2010 года до 54,4% на 1.01.2011 года. Это свидетельствует о сохранении доверия к банкам со стороны населения, действующей системе страхования и защиты вкладов.

Увеличение депозитов населения проходило даже в условиях общего снижения процентных ставок на рынке вкладов, что является прямым следствием отсутствия альтернативных инструментов накопления.

В прошлом году сохранилась тенденция опережающего роста долгосрочных вкладов населения, по сравнению с краткосрочными (132 против 128,7%). Как следствие на депозиты сроком свыше 1 года в конце анализируемого периода приходилось 70% их общей величины (рис. 5). Популярность таких вкладов объясняется возможностью клиентов фиксировать процентные ставки на более длительные сроки в условиях их снижения, отражающего динамику ставки рефинансирования.

Динамика структуры вкладов и депозитов физических лиц по срокам привлечения

Вторым по значимости источником пополнения ресурсной базы банковского сектора региона оставались средства предприятий и организаций. За 2010 год они возросли на 22,9% (в 2009 году – на 22,5%) и на 1.01.2011 года сложились на уровне 16,5 млрд. рублей. Большая часть этих средств размещалась на расчетных и текущих счетах. Рост депозитов юридических лиц в условиях прибыльной деятельности сектора нефинансовых корпораций составил 15%.

Альтернативы банковским вкладам.

Куда вложить деньги под проценты?

Банковские проценты довольно высокие (до 8-9% годовых), а риск минимальный, так как вклады во всех банках застрахованы государством.

Снижение доходности по банковским вкладам способствует возникновению потребности у инвесторов в новых направлениях вложения

средств. Большой простор для размышлений здесь дают сетевые деньги и связанные с ними специфические направления инвестирования.

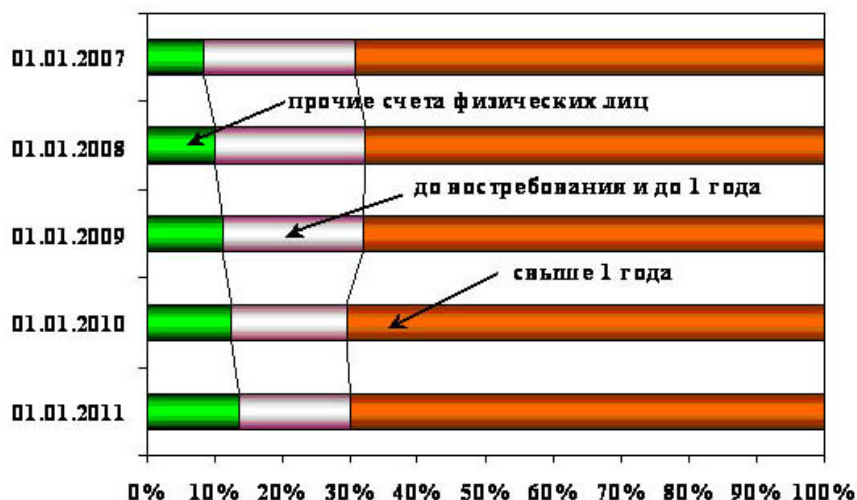


Рис. 5. Рост долгосрочных вкладов в Рязанской области (в %) (по материалам Рязанской торгово-промышленной палаты).

Одним из самых простых источников доходов в сетевой среде является получение прибыли от того, что средства оседают на счете в сетевой платежной системе (этакий аналог счета до востребования). При этом клиент имеет право в любой момент воспользоваться средствами, а если нет – получать от этого доход. Российские сетевые платежные системы такую услугу предоставлять пока опасаются, а среди зарубежных такие предложения есть.

Например, сетевая платежная система PerfectMoney выплачивает 4-8% годовых на остаток на счете в системе (в зависимости от вида счета), что сравнимо с доходностью 3-6 месячных депозитов в российской банковской системе. При этом следует учитывать, что основной валютой системы является американский доллар, что для российских пользователей влечет за собой появление валютного риска, на котором можно как выиграть, так и проиграть.

PerfectMoney – электронная платёжная система для безналичных расчётов в Интернете, созданная в 2007 году. Юридически система принадлежит Perfect Money Finance Corp., зарегистрированная в Панаме, штаб-квартира и операционное обслуживание – в Цюрихе.

Самыми используемыми в высокоприбыльных инвестиционных проектах являются сетевые деньги уже упомянутой PerfectMoney и американской системы LibertyReserve. В России же существует Ассоциация Электронных денег. В нее вошли: WebMoney, «Яндекс.Деньги», i-Free, QIWI

Если говорить про WebMoney, то сейчас обслуживается порядка 300 тысяч транзакций в день. Внутренний оборот системы за сентябрь в рублевом выражении составил порядка 10 миллиардов. Существует примерно равный оборот по долларам и еще множество других национальных валют.

Объемы ввода денег в систему на порядок меньше. Последние пять лет оборот был удвоен. WebMoney и «Яндекс.Деньги» занимают более 90% рынка электронных денег.

Дополнительными аргументами в пользу сетевых вложений являются:

- 1) скорость расчетов.
- 2) отсутствие валютных, таможенных и иных ограничений.
- 3) удобство.
- 4) отсутствие налогообложения доходов

Используя все эти преимущества, сетевые платежные системы ежегодно в разы увеличивают обороты. Однако работа с сетевыми платежными системами, как и любая из представленных альтернатив, требует от вкладчика-инвестора расширения кругозора и повышения финансовой грамотности, что клиенту не всегда под силу. Именно поэтому банковский сектор, несмотря на снижение ставок по вкладам, своего клиента все равно дождется.

В середине сентября 2010 года представители ЦБ заявили о необходимости взять системы электронных денег под свой контроль. Комитет Госдумы по финансовым рынкам уже разрабатывает законопроект, согласно которому эмитировать такие деньги должны только банки или компании, действующие через них.

Последнее время часто возникают предложения по заработку на обмене электронных денег через платежные системы, ниже подробно описаны эти схемы. Схема работы мошенников отработана и выглядит почти всегда одинаково: они сообщают, что нашли западный обменник, который по очень выгодному курсу продает WebMoney за какую-либо другую валюту (сейчас чаще всего этой валютой выступает Liberty Reserve). Для повышения доверия к этой информации в качестве обменника WM→LR они пишут один из наиболее известных обменников (часто Робоксчендж), с обменом в котором все благополучно, а вот в обратную сторону указывается подложный псевдообменник, который просто забирает переведенные на его кошелек деньги. Это является мошенничеством. Как разновидность обмана, может быть придумана некая новая валюта, которую предложат купить, что бы потом очень выгодно поменять на Web Money. Очевидно что, после перечисления денег на указанные кошелек пользователь системы ничего не получит.

Компании, занимающиеся услугой «Электронные деньги» предлагают возможность тратить электронную валюту на еще один из видов альтернатив банковского вклада – рынок Forex.

Рискованно ли делать вложения в инвестиционный фонд?

В 2009 и начале 2010 годах фондовый рынок рос быстрыми темпами. Но после обнаружения проблем финансовой системы Греции иностранные инвесторы были вынуждены избавляться от рискованных активов, к которым

относятся и инвестиции в экономику Российской Федерации. Во второй половине года ситуация стабилизировалась, но гарантий дальнейшего роста не может дать ни один эксперт. Мировой рынок замер в ожидании развития ситуации в других проблемных государствах: Португалии, Испании и Ирландии.

Еще одним итогом года стало переключение инвесторов с крупных корпораций на мелкие и средние компании, которые дали наибольший рост в 2010 году (стоимость акций отдельных организаций подскочила на 40%).

Существуют следующие риска мошенничества:

«Надувание пузыря» – наиболее популярный и очень простой в организации вид рыночной манипуляции. Мошенник, выдавая себя за инсайдера, независимого аналитика или просто осведомленное лицо, распространяет заведомо ложную информацию о компании для формирования агрессивного спроса на ее акции. В результате искусственно созданного вокруг акций спроса цена на них растет. Мошенник получает возможность «снять сливки», продав свои акции по завышенной цене. После того как манипуляция произведена, цена акций возвращается на свой исходный уровень. Рядовые инвесторы терпят убытки.

Пирамида. Принцип построения финансовой пирамиды хорошо известен: доходы первых инвесторов «предприятия» обеспечиваются взносами новых участников. Коммуникационные возможности Интернета делают сеть очень удобным инструментом для организаторов подобных схем. Они обещают инвесторам высокий доход, но шанс получить его есть только у первых участников пирамиды. Реальный выигрыш получают сами организаторы, умело имитирующие деятельность по выгодному вложению привлеченных средств, а на самом деле использующие для выплат старым вкладчикам деньги новых инвесторов. В электронной версии пирамиды ее основатели распространяют через Интернет письма и сообщения, обещающие познакомить вас с тем, как, не выходя из дома, просто сидя за домашним компьютером, всего за три недели можно превратить 5 долл. в 60 000.

«Экзотические» предложения. Таковыми можно считать покупку акций кокосовой плантации или фермы по разведению морских угрей. Видимо, здесь мошенники делают ставку на то, что инвесторов удастся ввести в заблуждение редкостью и необычностью подобных инвестиционных предложений. К данной категории можно отнести и сомнительные предложения по инвестированию в оффшорных зонах.

Выгодно ли вкладывать деньги в недвижимость?

В 2007-2008 году можно было пустить свободный капитал в покупку квартир, так как их цена стремительно менялась в большую сторону. С началом кризиса рынок недвижимости упал, а сейчас рост цен происходит медленными темпами. Данный вид инвестиций следует отнести, пожалуй,

к долгосрочным, так как в ближайшее время бурного роста цен на жилой и нежилой фонд недвижимости не предвидится.

Статистика говорит, что каждая десятая операция, осуществляемая частным маклером, проходит со сбоями. Такой же приблизительно процент сохраняется и в случае самостоятельной инициативы. Самый распространенный вид махинации связан с поддельными документами. Современные технологии без проблем позволяют получить и злоупотреблять пустыми фирменными бланками, справками компетентных органов, делать правдоподобные оттиски печатей, штампов. Если же не применять «фальсификат», нужный документ можно купить за соответствующую плату у недобросовестного служащего государственных или муниципальных органов. Также мошенники часто предлагают осуществление сделки не с оригиналами документов, а с дубликатами. Популярным способом обмана является использование услуг подставных лже-нотариусов. Известны и криминальные силовые методы, приводящие одну из сторон в состояние неадекватности. Другие способы обмана заключаются в намерениях продать квартиру съемщиками, в то время как истинные владельцы даже не подозревают о нависшей опасности. Распространен вариант несоответствия между характеристиками объекта продажи заложенными в документах и реальным состоянием вещей, покупателям показывают одно помещение, в то время как документы оформляются на другое. Доходит до перевешивания табличек с номерами домов, квартир.

В какую валюту вкладывать деньги?

Вложения россиян в иностранную валюту во время кризиса не оправдались. В конце 2008 года началось галопирующее обесценивание рубля: с 28 октября к новогодней сиесте стоимость евро увеличилась с 34,1 до 41,44 рубля (в 1,22 раза). Доллар начал дорожать чуть раньше и к 19 февраля возрос до 36,42 рублей.

Россияне, покупавшие доллары по цене выше 30 рублей, вряд ли могут быть довольны: курс не раз (в октябре 2009 года, в январе 2011 года) опускался ниже этой цифры. То есть вложения не оправдали себя, особенно если учитывать то, что ставки по рублевым вкладам были намного выше, чем по валютным.

Выгодно ли вкладывать деньги в золото?

После кризиса начался стремительный рост цен на драгоценные металлы. Если осенью 2008 года цена тройской унции золота не достигала \$800, то затем она демонстрировала тенденцию к росту, превысив в конце 2010 года уровень \$1400. Таким образом, во время кризиса золото выросло в цене на 75%. Еще более впечатляющим выглядит рост золота с начала 2000-х. Унция стоила дешевле \$300, таким образом цена выросла примерно в 5 раз. Конечно, таких темпов уже ждать вряд ли стоит.

Необходимо выбрать правильный инструмент. Не стоит инвестировать средства в «банковское золото» – слитки, которые выпускаются весом

от 1 грамма до килограмма. Однако при их продаже банком уплачивается НДС (18 процентов), который потом не возмещается. С учетом комиссионных вложив деньги в золото владелец при каждой сделке автоматически получает убыток в 20-25 процентов, если цена останется на том же уровне. И больше – если цена упадет.

Банки предлагают также сделать вклад в инвестиционные или памятные монеты. Они также выпускаются из драгоценных металлов (золото пробы 900-999, серебро 900 или др.). Но многие банки устанавливают несоизмеримые цены на куплю-продажу. Например, монету из серебра весом 31,1 грамма номиналом в 3 рубля «Церковь Троицы-10» один из банков продавал за 2600 рублей, а принимал – всего за 915 (почти втрое дешевле). В такие монеты лучше денежные средства не вкладывать.

Зато можно выгодно инвестировать средства в безналичное золото – открыть «обезличенный металлический счет», положив на него купленный у банка драгметалл. Такая сделка не облагается налогом. Но есть и немало рисков: банк может в любой момент установить хоть нулевой курс на покупку «безналичного» металла и это будет законно. Также «золотые» вклады не подлежат государственному страхованию и иным средствам защиты.

Мошенничество на рынке золота.

В 2009 году начали поступать новости о вольфрамовых слитках с золотым покрытием (плотность вольфрама почти идентична золоту) – из Индии, Китая, Великобритании. В 2010 вольфрамовое золото всплыло в Германии в одном из крупнейших и уважаемых фирм, которая занимается плавкой и пробированием золота.

В какие акции вложить деньги?

Акции активно торгующих на фондовом рынке российских компаний (так называемые «голубые фишки») дешевели почти весь 2008 год. В первый месяц 2009 года индекс РТС опустился ниже 500 пунктов.

Однако разгар кризиса стал и переломным моментом на фондовом рынке – начался рост и меньше чем за шесть месяцев индекс РТС удвоился. Более того, в январе 2011 года индекс приблизился к отметке 2000 пунктов, таким образом, за два года сумма вложений в акции, составляющие индекс, увеличилась бы в 4 раза!

Так происходит всегда, когда рынок поднимается с самого дна. Однако, опять же, роста в 4 раза к началу 2013 года не прогнозируют даже самые смелые аналитики, между тем падение после столь быстрого роста вряд ли кого-то удивит. Поэтому, инвестируя в акции, всегда необходимо помнить про риски.

Чтобы вкладывать деньги в акции, нужно обратиться к брокеру, который работает на бирже. Второй вариант: инвестиционный фонд.

В какой бизнес вложить деньги?

Чтобы ответить на данный вопрос, прежде всего, необходимо иметь представление о том, какой суммой свободного капитала располагает вкладчик. Имея, например, полмиллиона рублей, можно арендовать небольшое помещение и открыть в нем кафе или магазин. С большей суммой можно рисковать и вкладываться в более крупные проекты.

В существующий бизнес можно вложить деньги для получения быстрого экономического эффекта в виде прибыли. Существует рынок работающих предприятий – можно купить работающее кафе, магазин, интернет-сайт или даже свечной заводик. Вот «горячие предложения»: продуктовый магазин в центре Москвы за 21700 тысяч рублей. При этом, годовая прибыль данного рынка 9300 тысяч рублей. Стоматологическая клиника в Москве со сроком окупаемости до двух лет продается всего за 18900 тысяч рублей. А мелкие кафе или аптеки можно купить за 1,5-2 миллиона. В регионах цены значительно ниже.

Стоит ли торговать на валютном рынке?

Международный валютный рынок FOREX (FOREign EXchange Market) – это совокупность всех мировых сделок по обмену денежных единиц одной страны на валюту другой по рыночному курсу. FOREX появился в январе 1976 года в Кингстоне (Ямайка). Именно тогда на заседании министров стран-членов МВФ было принято новое соглашение о введении свободно плавающих курсов валют [5].

Возможность получения дохода на валютном рынке основывается на том простом факте, что каждая национальная валюта является таким же товаром, как пшеница или сахар, таким же средством обмена, как золото и серебро. Поскольку мир все быстрее и быстрее изменяется с каждым годом, то экономические условия каждой отдельной страны (производительность труда, инфляция, безработица и др.) все больше зависят от уровня развития других стран, а это, в свою очередь, влияет на стоимость ее валюты относительно валют других стран и является основной причиной изменения валютных курсов. В 2005-2006 годах объем дневного оборота на рынке FOREX колебался, по разным оценкам, от 2 до 4 трлн. долларов в 2010 году – 4 трлн. долларов. При этом предсказывается дальнейший рост внутрисуточного оборота до 10 трлн. долларов в 2020 году.

Есть две вещи, делающие FOREX самостоятельным и привлекательным для инвестиций рынком. Первая – валюта тоже товар. Товар, который постоянно необходим всем. Например, американской компании, закупающей в свой парк японские автомобили, нужны иены, чтобы заплатить за покупку. А японцам, в свою очередь, не обойтись без евро для закупки в Германии деталей для новых двигателей. По этому же принципу почти все страны в той или иной мере нуждаются в иностранных валютах. Отсюда вытекает вторая причина популярности FOREX. Так как соотношение спроса и предложения на ту или иную валюту постоянно меняется, курс валюты страны-покупателя к курсу страны-продавца меняется вслед за

ним. На курс влияют также сторонние факторы и экономические условия каждой отдельной страны (производительность труда, инфляция, безработица и др.) [5].

На территории Рязанской области существуют 3 основные организации, которые оказывают услуги по выведению клиентов на межбанковский рынок. Одной из них является ООО Альпари-Рязань.

Подводя итог исследования возможности размещения денежных средств в Рязанской области, стоит отметить широту доступных инструментов для ее осуществления. Каждый сможет выбрать именно тот вклад или альтернативный вариант, который обеспечит наиболее уверенные перспективы сохранности денежных средств, либо их доходности. Говоря о банковских вкладах, отметим рост их доли в объеме совокупных ресурсов с 48,4% до 54,4% , что свидетельствует о сохранении доверия к банкам со стороны населения, действующей системе страхования и защиты вкладов. Физические лица предпочитают долгосрочные вклады краткосрочным, объясняя возможностью фиксировать процентные ставки на более длительные сроки в условиях их снижения, отражающего динамику ставки рефинансирования. Сбербанк, занимающий 47,9% рынка вкладов является лидером по количеству средних и малых вкладов в его пассивах. У него вклады до 700 тыс. руб. имеют наибольшее значение – 76,5% общего объема. Выбирая между банковскими вкладами и их альтернативами, физическое лицо и потенциальный инвестор выбирает необходимый ему баланс между риском невозврата и доходностью вложенных средств. Банковские проценты довольно высокие (до 8-9% годовых), а риск минимальный, так как вклады во всех банках застрахованы государством. Вложение же в золото, в валюту может обеспечить значительный доход, однако подвержено значительным рискам, как мошенническим, так и связанным с экономической ситуацией в стране.

Библиографический список

1. Лаврушина О.И. Деньги, кредит, банки. Экспресс-курс: учебное пособие. 4-е изд., стер. М.: КНОРУС, 2010. 320 с.
2. www.tpprs.ru
3. www.cbr.ru
4. www.gks.ru
5. www.alpari.ru/ru/school/textbook/

Контактная информация:

(4912) 46 03 58

e-mail: fm-science@inbox.ru

**НЕОБХОДИМОСТЬ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ
ПРИКЛАДНОГО МАРКЕТИНГА В ЦЕНТР СИСТЕМЫ
ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СФЕРЕ УСЛУГ**

**THE NECESSITY FOR MARKETING POSITIONING INTO
THE ENTERPRISE CORE INNOVATION MANAGEMENT
SYSTEM WITHIN THE SERVICE INDUSTRY**

С.П. КАЗАКОВ, к.э.н., доцент
Кафедра маркетинга фирмы
ГУ ВШЭ

S.P. KAZAKOV, Cand. of economic sci., Ass. professor
Enterprise Marketing Department
State University – Higher School of Economics

Аннотация

Рассматриваются и критически анализируются аспекты управления компаниями сферы услуг России, являющиеся типичными для настоящего времени и обосновывается необходимость применения концепции прикладного маркетинга как новой парадигмы управления предприятием в сфере инноваций.

Abstract

The paper examines the issues of custom management system that is typical to most Russian service companies and positioning of the applied marketing concept into the center of the innovation management system proved as a new method in the modern era.

Ключевые слова: прикладной маркетинг, система инновационного менеджмента, маркетинговая парадигма, позиционирование, сфера услуг.

Key words: applied marketing, innovations management system, marketing paradigm, positioning, service industries.

Специфика прикладного маркетинга в полной мере определяет и соответствующие им системы управления предприятиями в разных отраслях и на разных уровнях реализации прикладного маркетинга на предприятии. Это определяется маркетинговой парадигмой менеджмента, ставящей, по-

зиционирующей и закрепляющей маркетинг в центре всей системы управления предприятием. В данном контексте необходимо рассмотреть традиционный и инновационно-маркетинговый подходы к организации системы менеджмента предприятия. На рис. 1 показан традиционный подход к менеджменту организации, заключающийся в горизонтально-матричном взаимодействии управления различными функциональными областями фирмы, каждая из которых осуществляется специализированным подразделением организации, изолированно осуществляющим свои функции и достижение своих целей (см. рис. 1).



Рис. 1. Традиционный подход к менеджменту организации.

Данная блок-схема показывает центрально-периферийную систему организации управления фирмой, при которой периферию образуют линейные отделы, имеющие различную специализацию. Специализация каждого подразделения способствует осуществлению коммерческой деятельности фирмы в целом. Производство и логистика традиционно включают в себя разработку отделом НИОКР (новое название – отдел R&D¹) новых технологий и продуктов, включая товарные прототипы, запуск и осуществление массового их производства. Функция логистики производственного подразделения состоит в осуществлении поиска и закупок необходимого сырья, материалов, узлов и агрегатов и организация распределения готовой продукции на рынке с помощью отдела сбыта. В сфере услуг, существует своя четкая специфика – производственная функция бизнеса заключается в разработке, запуске, производстве и воспроизводстве услуг с постоянным заданным уровнем качества. Формально здесь присутствуют те же процессы, осуществляемые в рамках производственной функции – разработка новых видов услуг (R&D), закупка необходимых для осуществ-

¹ R&D – англ. Research and Development – исследования и разработки, подразделение, включающее в себя ученых, специалистов, инженеров, программистов, иногда продукт-менеджеров и т.п., занимающихся исследованиями, созданием новых технологий и продуктов для серийного производства.

ления услуг материалов и сырья, запуск и предоставление услуг, их логистическое распределение.

Реальная природа функционирования производственного отдела на промышленных предприятиях заключается в том, что производственникам не всегда удобно внедрять инновации и налаживать выпуск новой продукции на имеющемся оборудовании. Эти мероприятия требуют существенной воли и больших усилий в абсолютном большинстве случаев. Обычно производственники стремятся разрабатывать те товары и услуги, которые им традиционно удобнее, быстрее, проще выпускать. Эту ситуацию можно понять. Ведь переналадка оборудования, закупка и запуск нового оборудования, обучение персонала, прохождение по кривой обучения требуют расхода времени, трудовых и материальных ресурсов. Но с точки зрения маркетинга, рынок постоянно требует новых продуктов, и поэтому неизбежно возникает конфликтная ситуация между производственниками и маркетологами. Многие ведущие промышленные фирмы мира нашли компромиссный рецепт, заключающийся в достаточно рациональной промышленной политике, представляющей компромисс между рынком, корпоративными финансами и производством. Данный компромисс можно проследить на примере предприятий, производящих такие предметы бытовой техники как стиральные машины. У данного изделия существует своя платформа, т.е. товарная база, включающая металлический корпус, подвеску для балансирования корпуса при отжиме, асинхронный электродвигатель, сливные и заливные шланги, стиральный барабан.

Данный состав продуктовой базы характерен для всех производителей уже на протяжении 50 лет. Учитывая, что данная платформа является оптимальной в течение уже достаточно продолжительного времени, и различные эксперименты с конструкцией платформы успехов не имели, можно сказать, что возможности для коренных инноваций для данной продуктовой категории ограничены. С другой стороны, на рынке бытовой техники существует интенсивная конкуренция, ряд брендов достаточно высоко позиционируется в ценовом диапазоне, для чего требуется обоснование при продвижении данной продукции, т.е. она должна иметь соответствующий рынку инновационный уровень. Исходя из этих условий, промышленная политика производителей бытовой техники выглядит следующим образом:

1. один раз в год на существующей платформе стиральной машины делаются «косметические» нововведения, или вводятся квази-инновационные характеристики: например, видоизменяется контрольная панель стиральной машины, меняется дизайн ручек и тумблеров переключения программ, шрифт индикации программ и т.п.
2. один раз в 3-5 лет, вводятся более существенные нововведения, которые можно отнести к инновационным изменениям – увеличи-

вается размер двери стирального бака, вводится электронное управление процессом стирки, на панели монтируется электронный информационный дисплей.

Схожая товарно-инновационная политика наблюдается также в автомобилестроении, производстве бытовой электроники и компьютерной периферии. Такие подходы к организации внедрения инноваций зарекомендовали себя как эффективные инструменты поступательной инновационной эволюции при разработке и производстве сложнотехнических потребительских товаров.

В сфере услуг, не обремененной тяжелыми производственными фондами и высокоинерционными бизнес-процессами, ситуация для внедрения и диффузии инноваций является наиболее благоприятной. С учетом того, что инновации в сфере услуг носят скорее процессный характер, скорость их внедрения и распространения значительно высока. Необходимо отметить, однако, что в силу разнородности природы сферы услуг, данное утверждение применимо не везде. Например, консервативные отрасли сферы услуг, такие как банковское дело или бухгалтерский аудит менее подвержены инновационному воздействию, и все внедряемые в этих сферах инновации, как правило, связаны лишь с телекоммуникационной революцией. Другие же отрасли сферы услуг, например, системная интеграция или ресторанное дело, наоборот весьма инновационны. Разнородность отраслей сферы услуг относительно восприимчивости к инновациям может быть объяснена следующими факторами:

1. законодательством и его связью с деятельностью предприятий сферы услуг;
2. необходимостью использования и степени интегрированности с приборами, агрегатами и оборудованием, на основе которого предоставляется услуга;
3. возможностями использования в деятельности предприятий сферы услуг телекоммуникационных технологий;
4. степенью консерватизма, исторически присущим определенным отраслям сферы услуг;
5. необходимостью творчески-креативного подхода в предоставлении услуг;
6. уровнем конкуренции.

Перечисленные факторы влияют на уровень введения и распространения инноваций на предприятиях сферы услуг.

Финансовое подразделение играет роль центра, аккумулирующего и распределяющего ключевые и поэтому ограниченные ресурсы фирмы, имеющие ликвидность – денежные средства, ценные бумаги и прочие финансовые активы. Главная цель финансовой службы фирмы – это повышение рыночной стоимости фирмы на рынке. Основные задачи финансистов включают финансовое планирование обеспечения коммерческой деятель-

ности фирмы, недопущение кассовых разрывов и создание дополнительных источников получения дохода за счет размещения собственных акций или покупки акций других предприятий на фондовом рынке; или размещения свободных денежных средств на депозитных счетах в коммерческих банках.

Принципиальной разницы в структуре и задачах финансовой службы в зависимости от отраслевой принадлежности фирмы не существует и не зависит существенно от того, работает ли предприятие в производственной сфере или занимается исключительно предоставлением услуг на рынке. Финансисты, как правило, мыслят и действуют исходя из сугубо рациональных, но линейных категорий – стоимости и производительности оборудования, затрат на его обслуживание и срока амортизации, величины возможной прибыли за срок службы, уровня ликвидности на вторичном рынке. В данном образе мышления очевидны ограничения, связанные с тем, что у компании существуют еще и нематериальные активы, которые в некоторых случаях в сотни и тысячи раз могут превосходить стоимость материальных активов. Существуют и приносят прибыль также и т.н. маркетинговые источники стоимости компании, в частности бренды фирмы, клиентский капитал и т.д., которые некоторыми финансистами недооцениваются или не ценятся вообще. Эта недооценка ведет к недостаточному финансированию маркетинговых активов, которые, будучи недофинансированными, обесцениваются и снижают в свою очередь рыночную стоимость фирмы на фондовом рынке.

Кадровое подразделение традиционно отвечает за формирование и комплектацию профессионального коллектива фирмы на всех его управленческих уровнях. Другая важная задача данной службы – это формирование системы компенсаций, включающей заработную плату и поощрения сотрудников. Традиционный тип прикладного менеджмента подразумевает важную роль кадровой службы в формировании такой корпоративной политики, которая способствует слаженной работе всего персонала фирмы. Другими словами, служба HR², должна служить связующим звеном между различными отделами и службами фирмы, чтобы «цементировать» коллектив и направлять синергию на достижение корпоративных целей.

В настоящее время именно в отделы HR адресовано особенно много критических стрел, причем векторы критики направлены с трех сторон – сверху, со стороны собственников и топ-менеджмента, снизу – со стороны персонала фирмы, соискателей вакантных рабочих мест, сбоку – со стороны обслуживающих HR подрядных организаций – рекрутерских агентств, агентств по организации корпоративных мероприятий и т.п. Редко проходит день, когда на ведущих порталах и в социальных сетях, имеющих с

² HR – *англ.* Human Resources – служба, отдел, департамент организации, которые занимаются кадровыми вопросами.

бизнес-тематику³, не возникло бы обсуждение того или иного скандально-го случая, имеющего отношение именно к службе HR. Общий лейтмотив критических стрел, направленный в HR связан с вопиющей некомпетентностью, дремучим непрофессионализмом, отсутствием элементарных коммуникационных навыков, жизненного опыта, и даже незнанием или неследованием правилам корпоративной этики и человеческого поведения в современном мире.

Такие обвинения родились не на пустом месте. Российская сфера HR долгое время питается людьми, которые, мягко говоря, или не были востребованы в других бизнес-областях и специализациях, или сами сознательно выбирали кадровую специализацию, думая, что там можно без значительных усилий, знаний и навыков сделать карьеру и обеспечить себе достойное существование. Это можно также объяснить некой туманностью и непонятностью функционала кадровой службы на фирме, ибо далеко не всем в стране ясно, чем же реально должна заниматься служба HR, кроме кадрового учета, приемами на работу и увольнениями, поздравлениями с юбилеями и т.п.

Отсюда и возникает почва для жесткой критики со всех сторон. Собственники и топ-менеджеры недовольны текучкой персонала, слабой квалификацией вновь нанимаемых работников, низкой производительностью труда, работники фирм – несправедливыми компенсациями и невозможностью карьерного роста в компании⁴, соискатели, подрядные организации – непрофессионализмом и общей бизнес-некомпетентностью сотрудников HR.

Но на самом деле, если отбросить частные случаи и ситуации, реально имеющие место в офисах, причина столь слабой работы служб HR не заключается в конкретных людях, ее представляющей. Существующая система менеджмента, сложившаяся в российских компаниях, в большинстве случаев делает работу HR-специалистов неэффективной, т.к. они становятся заложниками разобщенности отделов и отдельных работников, стремления собственников и топ-менеджеров выжимать из коллектива «все соки» при максимальной экономии на персонале и давления со стороны внешних организаций.

Отделы продаж и маркетинга на фирме являются в традиционном типе менеджмента единственными подразделениями, которые непосредственно напрямую направлены на рынок в лице посредников и конечных потребителей. В западных компаниях принято в таком случае подразделять

³ Например, www.e-executive.ru – социальная сеть в сети Интернет, объединяющая около миллиона русскоязычных менеджеров и специалистов в различных областях бизнеса.

⁴ В российских компаниях, при открытии руководящей позиции в абсолютном большинстве случаев принимается решение о приглашении специалиста-«варяга» со стороны, а не повышение по службе хорошо зарекомендовавшего и лояльного фирме сотрудника.

все департаменты компании на два типа – back office, или невидимая для рынка часть организации (производство, R&D, логистика, финансы, кадры, IT и администрация) и front desk, front office – отделы и подразделения бизнес-организации, которые являются передовой линией фирмы при ее взаимодействии с рынком. Ко второму типу как раз относятся маркетинг и продажи.

Стоит отметить, что маркетинг в российских фирмах во многих случаях мало соприкасается с конкретной клиентурой. Это объясняется тем, что из всех инструментов маркетинг-микс, отделы маркетинга российских компаний в основном занимаются исключительно продвижением, тогда как их влияние на формирование продукта, ценообразование и работу с рыночными каналами ничтожно мало и входит в компетенцию другого подразделения, и это, как правило, отдел продаж.

Вообще, в России исторически сложилась практика разделения сбыта и маркетинга на обособленные подразделения. В очень редких случаях оба эти подразделения могут входить в единое укрупненное образование – коммерческую службу во главе с единым начальником – коммерческим директором, но это скорее исключение, чем устоявшееся правило (рис. 2):



Рис. 2. Структура коммерческой службы фирмы.

Это можно объяснить тем фактом, что отделы сбыта формировались на российских предприятиях значительно раньше отделов маркетинга, а также тем, что российская национальная модель маркетинга находится в стадии сбытовой концепции в своем развитии, которая по своей сути является собственно предмаркетинговой стадией развития фирм. Стоит отметить, что такое разделение сбыта и маркетинга характерно для европейских и азиатских фирм, а вот в Соединенных Штатах и продажи и маркетинг, сконцентрированы в фирмах вместе и автору представляется более правильным именно такой подход.

Традиционно сложившееся в российских компаниях взаимодействие между сбытовой организацией и отделом маркетинга, в основном, сводится к следующим моментам:

1. косвенное участие службы сбыта в исследовании и анализе рынка, в основном связанное с исследованием каналов продаж;

2. содействие в промо-поддержке продуктов и брендов отделом сбыта в точках продаж;

3. проведение отделом маркетинга рекламных кампаний для поддержки продаж.

В подавляющем большинстве российских фирм отделы маркетинга и сбыта действуют изолированно друг от друга, поэтому необходимо подробнее остановится на вопросах их взаимодействия, так как этим вопросам, к сожалению, уделяется мало внимания. Ведь эти отделы являются ключевыми на фирме в области привлечения клиентов к продукции фирмы. Допуская подобную изолированность, руководители фирм, как минимум не используют возможный эффект от синергии взаимодействия этих двух направленных на рынок отделов, и как максимум способствуют созданию противоречий между сбытом и маркетингом, что приводит к тому, что в случае неудач на рынке работники этих отделов начинают обвинять друг друга.

Сотрудники сбыта часто обвиняют маркетеров в том, что они удалены от реалий рынка и слабо представляют себе потребности, существующие у клиентов и конечных покупателей, разрабатывают и проводят неэффективные маркетинговые программы и рекламные кампании, слабо влияющие на продажи. Маркетеры, в свою очередь, обвиняют сбытовиков в преследовании исключительно своих корыстных сиюминутных интересов за счет долгосрочных прибылей, а также концентрации усилий на «комфортных» клиентах в ущерб остальным. Результатом таких взаимоотношений становится слабая координация между сбытом и маркетингом, что способствует повышению стоимости вывода продуктов на рынок, увеличению времени запуска продукта и к росту издержек обращения фирмы.

На рис. 3 приведена типовая схема взаимодействия отдела продаж с остальными подразделениями компании как пример, показывающий рамки традиционной конвергенции прикладного маркетинга и менеджмента на фирмах. Недостатки такой организации взаимодействия между различными службами фирмы очевидны и лежат на поверхности. Например, будучи *front desk* фирмы и природно тяготея к маркетингу, продажи должны также с равным приоритетом, например, заниматься бумажной отчетностью для финансов и формировать систему компенсаций для своих работников (во многих случаях дело обстоит именно так) вместо службы HR.

Подводя общий итог, стоит сделать заключение об ограниченности традиционного типа менеджмента, имеющего место в большинстве организаций, и его недостаточной эффективности для осуществления прикладного маркетинга на современном этапе. Данный тип менеджмента создает почву для почти феодальной раздробленности российских фирм, при которой каждое подразделение находится в роли удельного княжества, начальник отдела в данном случае становится вассалом совета директоров или замещающего его органа, а сам отдел озабочен вопросами лишь собствен-

ного выживания и процветания, деления или «пиления» ограниченных ресурсов фирмы в свою пользу, совершенно при этом не интересуясь общим благом фирмы. Данное положение дел также способствует большому давлению на топ-менеджмент организаций, ведь именно он при такой организации прикладного менеджмента является связующим звеном между многими процессами, осуществляемыми в организации отделами, имеющими разную специализацию. А это, в свою очередь, замедляет скорость и профессионализм принятия решений по многим ключевым вопросам развития компании, и снижает уровень ее конкурентоспособности в современных условиях, когда скорость рыночных явлений и изменений существенно выросла, и время стало одним из ключевых и невосполняемых ресурсов.

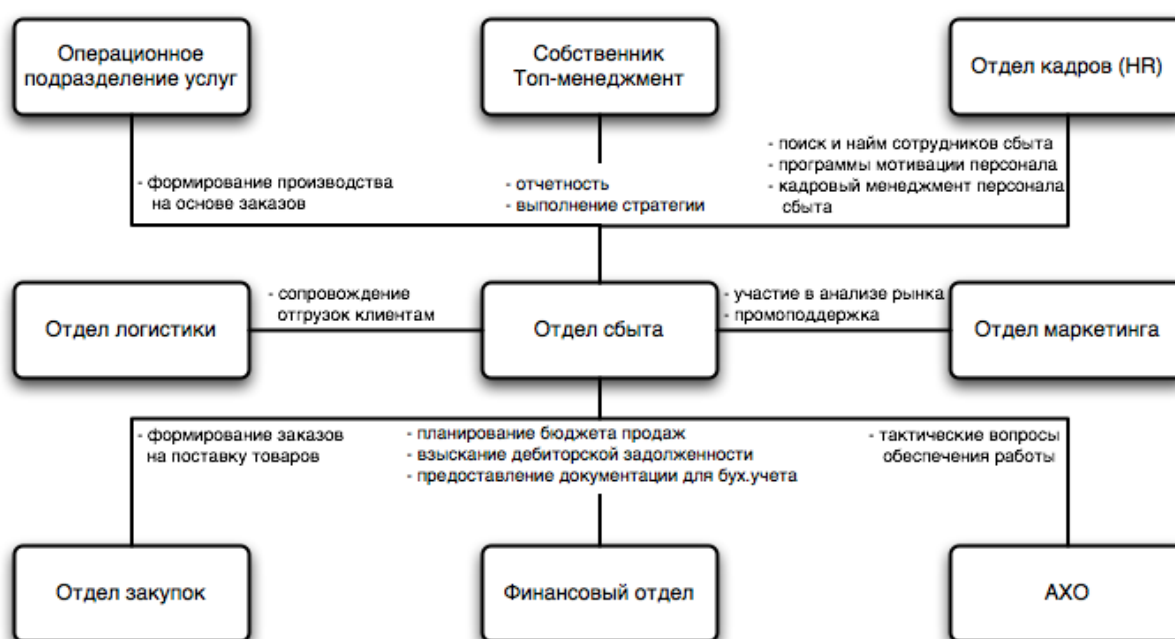


Рис. 3. Пример организации взаимодействия отдела продаж с другими подразделениями фирмы.

Совершенно очевидно, что в условиях обозначенного в настоящее время Правительством и Президентом России курса на модернизацию экономики, рассмотренная в данной главе традиционная система реализации прикладного менеджмента, не позволит достичь желаемых результатов. Процессные инновации, которые в полной мере относятся к организации менеджмента и маркетинга на современных фирмах, позволят создать новую систему их взаимодействия, многократно повышающую эффективность бизнес-процессов фирмы, и не только это.

В эпоху постмодерна проявляет себя новое качество экономического роста – инновационность, развиваются менеджмент и маркетинг, образуя новые формы взаимодействия. Как все это отражается на развитии сферы услуг, которая именно в постиндустриальном обществе получает новые побудительные стимулы своего качественного и количественного роста?

Насколько готова сфера услуг России к инновационному развитию и восприятию новых векторов в совершенствовании маркетинга и менеджмента? Иными словами, как формируется в сфере услуг площадка для внедрения инноваций и, в том числе – инновационного маркетинга? Для этого необходимо провести специальное исследование.

Как уже отмечалось выше, всего существует два принципиальных подхода к организации системы менеджмента предприятием – традиционный и инновационно-маркетинговый. Первый подход наиболее распространен на большинстве фирм и предприятий. Традиционный подход к менеджменту организации заключается в горизонтально-матричном взаимодействии управления различными функциональными областями фирмы. Каждая из них осуществляется специализированным подразделением организации, изолировано осуществляющим свои функции и достижение своих целей (см. рис. 3).

Инновационно-маркетинговый подход к организации менеджмента на предприятии предполагает позиционирование маркетинга в центр всей системы менеджмента (см. рис. 4). Данный подход не предполагает главенство и доминирование конкретно отдела маркетинга на отдельном предприятии, а представляет собой внедрение маркетингового мышления в сознание всех занятых на предприятии сотрудников, начиная от высшего менеджмента и распространенного до самых низовых звеньев. На практике эта идея трансформируется в глобальную заботу о потребителе на всех уровнях управления бизнесом, преимущества которой для фирмы бесспорны и очевидны.

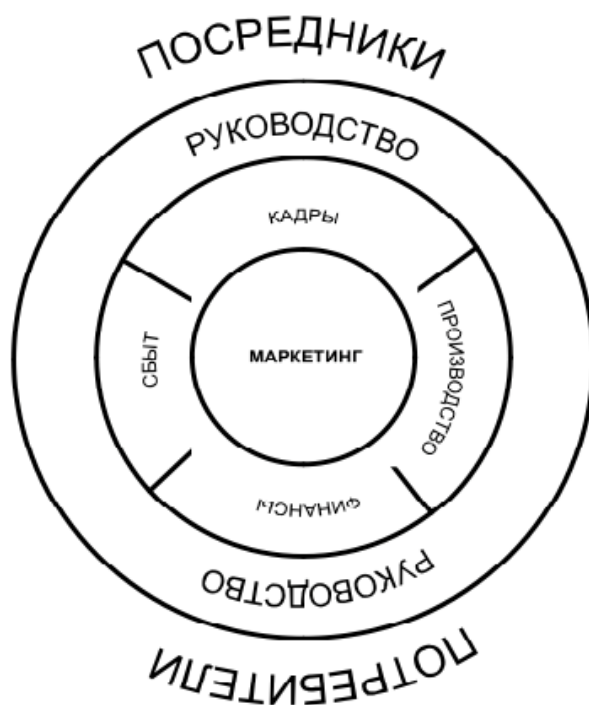


Рис. 4. Инновационно-маркетинговый подход к менеджменту организации.

Инновационная организация менеджмента с позиций маркетинга представляет собой, таким образом, возможность объединить и унифицировать функциональные усилия всех подразделений и внутрифирменных специализаций, создав таким образом синергетический эффект в деятельности фирмы.

Позиционирование маркетинга в центр системы инновационного менеджмента позволяет также внедрить маркетинговые инструменты в каждую стадию инновационного цикла, образовав, таким образом, новый вид прикладного маркетинга – маркетинг инноваций. Интеграция маркетингов во все стадии инновационного процесса является ключевой отличительной чертой инновационно-маркетингового подхода к менеджменту организации.

На начальной стадии поиска и генерации идей инженерам-разработчикам и продукт-маркетерам необходима качественная маркетинговая информация для определения и выбора рынка, что позволит выбрать курс в области разработки инновационного товара и услуги. Эта информация должна включать количественные и качественные данные о потребностях, степени и способов их удовлетворения, а также об их динамике.

Библиографический список

1. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость. СПб.: Питер, 2001.
2. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии. М.: АСТ, 2000.
3. Brady J., Davis I. Marketing's Mid-life crisis // McKinsey Quarterly. 1993. Iss. 2.

Контактная информация:

+7 (915) 137-11-82

e-mail: sergey.p.kazakov@gmail.com

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТ НА МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

COST OPTIMIZATION SYSTEM DEVELOPMENT ON IRONWORKS

Д.В. КАРЕПИН, соискатель
НИИ Счетной палаты

D.V. KAREPIN, applicant
Research Institute under Chamber of Accounts

Аннотация

Статья посвящена принципам системного подхода к оптимизации затрат для предприятий цветной металлургии. Автор предлагает на основе иерархической системы оптимизации затрат сформулировать определенные цели развития компании, что позволяет создать модели стратегического анализа ситуации на любом уровне управления предприятием. В статье приводятся общая модель оптимизации затрат компании и конкретные примеры ее воплощения.

Abstract

This paper is dedicated to principles of system approach to cost optimization for nonferrous-metals industry. The author proposes to formulate certain aims of companies' development on the base of hierarchical system of cost optimization, that allows to create models of any situation's strategic analysis on every level of company management. In the article general model of companies' cost optimization and specific examples of its realization are given.

Ключевые слова: система оптимизации затрат, иерархические цели, модель оптимизации затрат компании, схема показателей компании.

Keywords: cost optimization system, hierarchical purposes, cost optimization model of company, scheme of companies' activities.

Работа любого предприятия предполагает наличие издержек. Издержки включают в себя реальные и предполагаемые затраты, материальная часть которых уменьшает денежные средства или иное имущество предприятия. Факт оказания услуг или доставки продукции превращает за-

траты в расходы. Далее расходы списываются на себестоимость продукции.

Применительно к внутренней отчетности компании затраты можно увидеть в управленческом учете. В бухгалтерском же учете отражаются только расходы. Для налоговых целей понятие «затраты» не определено.

Особенность производственного комплекса предприятий цветной металлургии состоит в том, что он представляет собой единую экономико-производственную систему. Специфика предприятия цветной металлургии показывает, что основным фактор повышения финансовой устойчивости – снижение себестоимости производства промышленных подразделений. Следовательно, принцип системного подхода к оптимизации затрат производства особенно актуален в сложившейся ситуации.

На основе иерархической системы оптимизации затрат формулируются цели развития. Связывая цели оптимизации затрат со стратегией развития, компания может создавать дополнительные инструменты общего и текущего контроля затрат. Для большего охвата показателями эффективности деятельности работников компании иерархические цели можно построить в области развития, производства и финансов. Это позволяет, во-первых, выстроить систему на основе схемы иерархии оптимизации затрат. Таким образом, учитываются все уровни оптимизации затрат компании. Во-вторых, можно создать модели стратегического анализа ситуации на каждом уровне управления компанией. Разработаны единые критерии оценки эффективности деятельности для достижения поставленных целей как между различными подразделениями, так и между уровнями иерархии.

Общая схема показателей компании цветной металлургии позволяет сформулировать логику бизнеса на данный момент: стремление расширять минерально-сырьевую базу, соблюдать экологические стандарты, повышать квалификацию персонала (область «Развитие») для рационального использования производственной и сырьевой базы (область «Производство») с целью обеспечения устойчивости операционных затрат, что, в конечном счете, приведет к росту прибыли (финансовой результативности) компании (область «Финансы»).

На основе принципа многокритериальности предлагается модель оптимизации затрат компании. Модель характеризует уровень достижения поставленных задач в указанных областях:

$$F = f(c) + g(c) + p(c),$$

где F – совокупность, характеризующая степень достижения поставленных целей; $f(c)$ – совокупность, характеризующая степень достижения результатов в области «Финансы»; $g(c)$ – совокупность, характеризующая степень достижения результатов в области «Развитие»; $p(c)$ – совокупность, характеризующая степень достижения результатов в области «Производство».

Результативность деятельности в определенной области зависит от достижения установленных значений выбранных коэффициентов.

Например, по оценкам экспертов, затраты на консервирование рудника близки к его годовым эксплуатационным затратам [1].

Расходы на добычу руды внутри рудников по типам руд распределяются пропорционально объему добычи руды (в тоннах):

$$d_{(t1)} = \frac{m_{(t1)}}{m_{(t1)} + m_{(t2)} + m_{(t3)}}, \quad (1)$$

где $d_{(t1)}$ – доля добычи руды типа 1 (богатая, медистая или вкрапленная); $m_{(t1)}$ – масса добычи руды типа 1 (в тоннах); $m_{(t2)}$ – масса добычи руды типа 2 (в тоннах); $m_{(t3)}$ – масса добычи руды типа 3 (в тоннах).

Далее затраты между металлами внутри определенного типа руды распределяются на основе процентного содержания металлов в руде. Добавим затраты на обогащение в зависимости от фабрики, куда доставляется добытая руда. На этапе обогащения затраты по типам руд целесообразно распределять:

$$3O(Me1) = K_{(Ni)} \times 3O\Phi \times r_{(Ni,Me1)} + K_{(Cu)} \times 3O\Phi \times r_{(Cu,Me1)}, \quad (2)$$

где $3O(Me1)$ – затраты на обогащение на металл 1 (например, никель);

$K_{(Ni)}$ – коэффициент распределения расходов на никелевый концентрат (здесь $K_{(Ni)} = 1/2$);

$K_{(Cu)}$ – коэффициент распределения расходов на медный концентрат (в данной формуле $K_{(Cu)} = 1/2$);

$3O\Phi$ – затраты всей обогатительной фабрики;

$r_{(Ni, Me1)}$ – доля затрат, относимая на металл 1 в никелевом концентрате;

$r_{(Cu, Me1)}$ – доля затрат, относимая на металл 1 в медном концентрате.

Предложенная схема позволяет рассчитывать показатели для анализа финансовой результативности рудников компании. Например, определить операционную прибыль, получаемую с каждой тонны никеля и меди, выявить зависимость уровня затрат от типа руды и рудника, на котором происходит ее добыча. Для комплексной оценки эффективной системы оптимизации затрат компании разработана методика по сравнению и оценке текущей деятельности производственных подразделений компании [2].

Таким образом, эффективная текущая оптимизация затрат подразумевает, что темпы прироста затрат ниже темпов прироста операционной прибыли или темпы прироста затрат по конкретному руднику ниже средних темпов прироста затрат по всем рудникам компании.

Библиографический список

1. Сергеев И.В. Экономика предприятия: учебное пособие. 2-е изд. перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2009. 304 с.

2. Томпсон А.А., Стрикленд А.Д. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии. М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2008. 576 с.

Контактная информация:

e-mail: d_karepin@mail.ru

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ СОВРЕМЕННЫХ ТНК

CONCEPTUAL POSITIONS OF INNOVATIVE MARKETING POLICY OF MODERN TNCs

С.В. КАРПОВА, к.э.н.

Зав. кафедрой «Маркетинг»

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

S.V. KARPOVA, Cand. of economic sci.

Head of «Marketing» Department

Financial University under the Government of the Russian Federation

Аннотация

В статье раскрываются концептуальные положения, формирующие особенности инновационной маркетинговой политики транснациональных корпораций. Определяется значение гиперконкуренции как результат усиления глобализации экономики.

Abstract

The paper describes the conceptual positions which are forming characteristics of innovative marketing policies of transnational corporations. The paper also defines the meaning of hypercompetition as a result of increasing globalization of the economy.

Ключевые слова: транснациональные корпорации (ТНК), концептуальные положения, особенности инновационной маркетинговой политики, гиперконкуренция.

Keywords: transnational corporations (TNCs), conceptual positions, characteristics of innovative marketing strategy, hypercompetition.

Статистикой подтверждается, что крупнейшие ТНК представляют собой гигантские образования, их богатства превосходят богатства многих стран. По данным ежегодных докладов ЮНКТАД о мировых инвестициях в 2009 г. действовало 83240 ТНК с 846 тыс. филиалов. Однако доминирующую роль в мировой экономике играют около 500 ТНК высшего эшелона, и 100-150 лидеров среди транснациональных банков (ТНБ) и других финансо-

вых корпораций [1]. Совокупная выручка 500 компаний, вошедших в список в 2011 году, по сравнению с предыдущим годом выросла на 10,5 процента до 10,8 трлн долл., а совокупная прибыль увеличилась на 81 процент до 318 млрд долл. Добиться таких показателей американские компании смогли благодаря повышению производительности труда с одновременным сокращением рабочих мест. Больше всего в списке американских организаций – 133, на втором месте Япония с 68 компаниями, на третьем – Китай (61 компания). Среди европейских стран лидирует Франция (35 компаний). В список вошли семь российских компаний, лидирующую позицию занял «Газпром», который находится на 35 месте [2].

Доминирование небольшого количества ТНК связано с усилением процессов глобализации экономики. Глобализационные изменения происходят, прежде всего, под воздействием резкого обострения конкуренции, что приводит к гиперконкуренции – конкуренции с подобными компаниями и с государствами посредством монополизации рынков, использования социально-экономического неравенства регионов и сегментов рынка. На рынках с гиперконкуренцией компании должны постоянно искать возможности получения конкурентных преимуществ, создавая новые условия для конкуренции. В свою очередь, в конкурентной борьбе побеждают те компании, которые владеют информацией, делая ставку на производство знаний и умея эффективно их использовать. В связи с этим участники рынка используют все доступные ресурсы и инструменты, позволяющие им противостоять возрастающей конкуренции. Одним из таких инструментов является современный эффективный маркетинг. При правильном использовании инновационных маркетинговых технологий, компании получают конкурентное преимущество – возможность прогнозировать поведение потребителей, заказчиков, партнеров и конкурентов, а также оказывать на него активное воздействие.

Деятельность ТНК связана с международным рынком и основана на принципах международного маркетинга. Международный маркетинг в его современном понимании выступает в качестве методологической и практической основы для эффективной деятельности компаний на внешних рынках.

Появление ТНК приходится на конец XIX века, который стал периодом их активного распространения. Обобщая полученные аналитические данные, можно говорить о том, что в становлении ТНК следует придерживаться позиции ведущих специалистов в области глобализации и транснационализации экономики, различая пять периодов их эволюционного становления и развития. В современных условиях необходимо рассматривать уже пятое поколение современных ТНК.

Облик современных ТНК начал формироваться с 1990-х годов XX века под влиянием разнообразных социально-экономических факторов. В последнее время ЮНКТАД относит к ТНК корпорации, включающие го-

ловные предприятия и их зарубежные филиалы (дочерние компании), причем головное предприятие контролирует активы других экономических единиц в государствах за пределами страны базирования материнской компании, как правило, путем участия в капитале. Величина доли в акционерном капитале, достаточной для осуществления контроля над компанией, колеблется от страны к стране, нормативной нижней границей считается доля капитала не менее 10% обыкновенных акций [3].

Транснациональные корпорации являются гигантскими финансово-промышленными объединениями, национальными или интернациональными по капиталу, построенными по принципу планирования и управления в мировом масштабе, участвующими в международном разделении труда и использующими преимущества от интернационализации хозяйственной жизни для максимизации прибыли.

Сегодня транснациональные корпорации контролируют до половины мирового промышленного производства, две трети международной торговли, примерно $\frac{4}{5}$ патентов и лицензий на новую технику, технологии и ноу-хау. В ТНК занято более 70 млн. сотрудников, то есть каждый десятый занятый в мире, исключая сельское хозяйство. На 500 ведущих ТНК мира приходится свыше $\frac{1}{3}$ экспорта обрабатывающей промышленности, $\frac{3}{4}$ мировой торговли сырьевыми товарами, $\frac{4}{5}$ торговли новыми технологиями. Международное производство расширяется, а зарубежные продажи, занятость и активы в ТНК возрастают. В 2010 году добавленная стоимость в рамках мирового производства ТНК составила приблизительно 16 трлн долл. – около четверти глобального ВВП. На зарубежные филиалы ТНК приходилось более 10% глобального ВВП и треть мирового экспорта [4].

В настоящее время транснациональные корпорации находятся в эпицентре технологических, организационных, структурных и маркетинговых изменений, способных привести к новым направлениям их устойчивого развития.

Современный взгляд на развитие ТНК настоятельно требует системного подхода для обоснования теории их устойчивого развития в кризисный и посткризисный периоды. Выявленные особенности позволяют говорить о современных ТНК как о глобальных компаниях, действующих в условиях гиперконкуренции и развития глобальных информационных сетей. Основой их международной деятельности является инновационный подход.

В условиях гиперконкуренции суть концептуальных положений инновационной маркетинговой политики ТНК строится на том, что инновационная идея становится движущей силой производства и продвижения продукта. На ее основе формируются все другие элементы комплекса маркетинга: товар, цена, система распределения и система продвижения. Такой подход в маркетинге начал широко проявляться с развитием глобализации и появлением глобальных компаний. С помощью инновационной

маркетинговой политики компании обретают возможность вести конкурентную борьбу на внешнем рынке по соответствующим правилам, формируя свое устойчивое развитие и добиваясь синергетического эффекта.

Концептуальные положения инновационной маркетинговой политики ТНК представляют собой научно обоснованную маркетинговую политику, которая основывается на инновационной направленности идеи, эффективной стратегии роста, необходимом оперативном инструментарии комплекса маркетинга. Они должны разрабатываться на основе стратегического анализа планируемой или осуществляемой инновационной деятельности компании.

Оценка последствий финансово-экономического кризиса первого десятилетия 2000-х годов XXI века позволила сделать вывод о том, что инновационные принципы маркетинговой политики современных ТНК могут стать эффективным инструментом развития взаимовыгодного сотрудничества российских предприятий с зарубежными партнерами, обеспечением конкурентоспособности российских компаний на внешнем рынке и серьезной поддержкой социально-экономических преобразований в России в целом.

Для внедрения практических направлений инновационных маркетинговых стратегий российских компаний на внешнем рынке необходима основательная теоретическая база, которая пока недостаточно разработана и обоснована. Определение теоретико-методологических подходов к решению указанных новых задач могло бы способствовать использованию российскими компаниями зарубежного опыта в формировании своей эффективной инновационной маркетинговой политики на внешнем рынке.

Библиографический список

1. UNCTAD. World Investment Report 2009. // <http://www.unctad.org/ru/docs>
2. Fortune Global 500 // <http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2011>
3. UNCTAD. World Investment Report 2010 // <http://www.unctad.org/ru/docs>
4. UNCTAD. World Investment Report 2011 // <http://www.unctad.org/ru/docs>

Контактная информация:

8 (499) 943-94-65

e-mail: marketing@fa.ru

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ
МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ В КОРПОРАТИВНЫХ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУРАХ**

**THEORETIC AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF
MARKETING AND SALES PERFORMANCE MANAGEMENT
IN CORPORATE ENTERPRISES**

О.В. КИТОВА, к.ф.-м.н.

Зав. кафедрой информатики

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

O.V. KITOVA, Cand. of phys.-math. sci.

Head of Informatics Department

Plekhanov Russian University of Economics

Аннотация

В статье рассматриваются теоретико-методологические аспекты управления эффективностью маркетинга и продаж, рассматриваемые с позиций системного анализа в логике современного проектно-технологического типа организационной культуры. Даны определения, проанализирована логическая структура управления эффективностью маркетинга и продаж, характеристики и временная структура данного вида деятельности (фазы, стадии и этапы). Проведена систематизация принципов управления эффективностью маркетинга и продаж.

Abstract

The paper deals with the theoretic and methodological aspects of marketing and sales performance management analyzed with the help of system analysis in the framework of modern project and technological type of organizational culture. The paper contains definitions and analysis of marketing performance management logical structure, characteristics, main phases, stages and periods as well as systematization of principles.

Ключевые слова: управление эффективностью маркетинга и продаж, субъект, объект, цели и задачи, формы, средства, методы деятельности, процессы, результат, характеристики, принципы, проект системы управления эффективностью маркетинга.

Keywords: marketing and sales performance management, subject, object, goals and tasks, forms, means, methods, processes, result, characteristics, principles, project of marketing and sales performance management system.

В современных условиях необходимо развитие системы управления предпринимательскими структурами на основе передовых подходов и инструментов. Это особенно важно для корпоративных предпринимательских структур, имеющих большой ассортимент товаров и услуг и работающих на рынках в условиях риска и неопределенности, быстрого роста объемов и динамики изменения бизнес-информации.

Важнейшую роль в системе управления корпоративной предпринимательской структурой является система управления ее маркетингом и продажами. Одним из основных направлений развития данной системы является управление эффективностью (результативностью) маркетинга и продаж, обеспечивающее достижение целей в сфере маркетинга и продаж наиболее эффективным способом в условиях оптимального использования ресурсов, в основе которой лежит совокупность соответствующих процессов, методов, метрик и информационных систем. Управление эффективностью предусматривает формулирование стратегии в сфере маркетинга и продаж в виде системы стратегических целей, инициатив и ключевых показателей эффективности, и при помощи регулярного измерения достигнутых в процессе тактического и оперативного управления значений этих показателей и значений индикаторов внешней среды, план-фактного анализа, моделирования, прогнозирования, планирования и бюджетирования позволяет осуществлять менеджмент, способствующий реализации поставленных целей, а также корректировать эти цели в соответствии с динамикой изменения внешней и внутренней среды с учетом высокой динамики и больших объемов бизнес-информации.

Управление эффективностью, или результативностью (*Performance Management, PM*) представляет собой достаточно новое направление менеджмента, предполагающее достижение целей наиболее эффективным способом в условиях оптимального использования ресурсов, оно может фокусироваться на эффективности организации, подразделения, команды, процессов, программ, проектов, работы сотрудников и пр. Данная концепция применительно к управлению компанией в целом называется управлением корпоративной эффективностью (*Corporate Performance Management – CPM*) или управлением эффективностью бизнеса (*Business Performance Management – BPM*)¹. Вопросы управления корпоративной эффективно-

¹ Термин CPM был введен аналитиками Gartner Group, а термин BPM – аналитиками компании IDC.

стью освещаются в работах [1, 3, 5], различные аспекты управления эффективностью маркетинга и продаж описаны в монографии автора [2].

Предметом настоящей работы является теоретико-методологические аспекты управления эффективностью (или результативностью) маркетинга и продаж корпоративных предпринимательских структур, рассматриваемые с позиций системного анализа в логике современного проектно-технологического типа организационной культуры в соответствии с подходом, изложенном в [4].

1. Логическая структура управления эффективностью маркетинга и продаж

Объект в управлении эффективностью маркетинга и продаж – это предпринимательские структуры различных отраслей (преимущественно с крупными и средними масштабами операций с высокой динамикой и большими объемами бизнес-информации). *Субъектом* являются менеджеры и другие специалисты-практики указанных выше организаций, осуществляющие деятельность по управлению эффективностью маркетинга и продаж. *Предметом* деятельности является целостный процесс управления эффективностью маркетинга и продаж объекта. *Цель* управления эффективностью маркетинга и продаж – реализация стратегии и целей организации в сфере маркетинга и продаж наиболее эффективным способом в условиях оптимального использования ресурсов. *Основные задачи* управления эффективностью маркетинга и продаж перечислены в [2]. *Формы деятельности* по управлению эффективностью маркетинга и продаж включают в себя: проекты и программы в сфере управления эффективностью маркетинга и продаж; технологии управления маркетингом и продажами и управления эффективностью (включающие в себя: технологию управления – концепции, методы, процессы, метрики, а также программное обеспечение, поддерживающее данные технологии – информационные системы классов *Corporate Performance Management* и *Business Intelligence*, *ERP*-системы, *CRM*-системы, корпоративные порталы и т.п.). *Средства* управления эффективностью маркетинга и продаж включают в себя: материальные средства (приборы и инструменты); информационные (программно-технические комплексы); математические (модели и методы); логические; языковые. *Методы* управления эффективностью маркетинга и продаж включают в себя общие и конкретно-практические методы. *Общие методы* включают в себя: *теоретические методы* (диалектический метод, анализ и синтез, сравнение, индуктивно-дедуктивный метод, аналогия, моделирование, прогнозирование, декомпозиция, идеализация, мысленный эксперимент, научные теории, проверенные практикой и др.) и *эмпирические методы* (рабочие, частные методы: изучение источников маркетинговой информации, наблюдение, измерение, опрос, анкетирование, фокус-группы, глубинное интервью, метод экспертных оценок, тестирование и др., а также комплексные общие методы, которые строятся на применении

одного или нескольких частных методов: обследование; мониторинг; изучение и обобщение опыта; эксперимент). *Конкретно-практические методы* включают в себя: методы маркетинга, менеджмента, финансового анализа, математики, кибернетики и системного анализа, информатики и программной инженерии, методы интеллектуального бизнес-анализа.

Процессы управления эффективностью маркетинга и продаж включают в себя следующие: моделирование стратегии и коммуникация (определение целей деятельности и ключевых показателей эффективности функционирования организации, моделирование бизнеса, выявление факторов прибыльности, имеющихся ресурсов и ограничений, декомпозиция задач верхнего уровня в целевые уровни нижестоящих звеньев); процессно-ориентированное планирование; бюджетирование, консолидация, отчетность и анализ, функционально-стоимостной анализ, карты балльных оценок и обратная связь. *Результатом* управления эффективностью маркетинга и продаж является успешная реализация маркетинговой стратегии и совершенствование трудовой (производственной) деятельности в области управления маркетингом и продажами на основе правильно спроектированной и корректно функционирующей системы управления эффективностью маркетинга и продаж.

2. Характеристики управления эффективностью маркетинга и продаж

Характеристики деятельности – это ее особенности, принципы, условия и нормы. *Особенности* управления эффективностью маркетинга и продаж включают в себя следующие: уникальность, определяемая уникальным сочетанием внутренней и внешней среды компании; адаптивность, способность к целеобразованию и самоорганизации; ориентация на рынок; влияние корпоративной культуры и сложившихся в компании управленческих практик и бизнес-процессов на управление эффективностью маркетинга и продаж; постоянная необходимость в изменениях ввиду быстро меняющейся внешней среды и развития технологий; целостный характер деятельности, охватывающей все стороны работы компании на рынке. Необходимо выделить особенности управления эффективностью маркетинга и продаж, связанные с особенностями транзитивной экономики, национальными особенностями (например, российскими реалиями), особенностями деятельности на электронном рынке в сети Интернет и пр.

Условия деятельности по управлению эффективностью маркетинга и продаж включают в себя мотивационные, кадровые, материально-технические, научно-методические, организационные, финансовые, нормативно-правовые и информационные условия, определяемые в значительной степени спецификой фирмы, ее внешней и внутренней средой, спецификой конкретной отрасли. *Нормы* деятельности по управлению эффективностью маркетинга и продаж включают в себя как общие, так и специфические нормы: правовые нормы, определяемые действующим законода-

тельством, а также нормы профессиональной этики сотрудников, занятых данной деятельностью, в частности, своевременное предоставление достоверной информации, необходимой для расчета показателей эффективности.

В результате логико-методологической систематизации были выделены основные *принципы* управления эффективностью маркетинга и продаж: принцип соответствия системы управления эффективностью маркетинга и продаж системе управления маркетингом и продажами, целям, задачам и возможностям компании; принцип ориентации стратегии в сфере маркетинга и продаж на повышение акционерной стоимости компании; принцип целевого управления на основе описания стратегии в сфере маркетинга и продаж в виде сбалансированной, полной и внутренне непротиворечивой системы целей, ключевых показателей и стратегических мероприятий в рамках общей стратегии компании; принцип целостности системы управления эффективностью маркетинга и продаж, включающей в себя процессы, методологии, метрики и программное обеспечение, необходимые для измерения и управления эффективностью маркетинга и продаж организации; принцип интеграции системы управления эффективностью маркетинга и продаж с системой управления маркетингом и продажами, системой управления корпоративной эффективностью и корпоративной информационной системой; принцип релевантности информации; принцип замкнутого цикла управления по обратной связи, включающего в себя долгосрочное и оперативное планирование, моделирование и прогнозирование, анализ, мониторинг показателей эффективности и корректировку целей в контексте общей стратегии фирмы; принцип системности иерархической структуры показателей эффективности, их разумной достаточности, измеримости и прозрачности; принцип анализа основных наблюдаемых показателей (индикаторов) внешней среды в рамках общей системы показателей эффективности; принцип регулярного мониторинга и контроля основных показателей эффективности и показателей (индикаторов) внешней среды и соответствующей корректировки планов и действий компании на рынке; принцип управления компетенциями и мотивацией персонала в рамках общей системы целевого управления.

3. Временная структура управления эффективностью маркетинга и продаж

В рамках современного проектно-технологического типа организационной культуры процесс осуществления деятельности рассматривается в рамках проекта, реализуемого в определенной временной последовательности по фазам, стадиям и этапам [4]. Цикл деятельности определяется тремя фазами: *фаза проектирования*, результатом которой является построенная модель создаваемой системы управления эффективностью маркетинга и продаж и план ее реализации; *технологическая фаза*, результатом которой является реализация системы; *рефлексивная фаза*, результа-

том которой является оценка построенной системы управления эффективностью маркетинга и продаж и определение необходимости либо ее дальнейшей коррекции, либо «запуска» нового проекта, т.е. построения новой системы и ее дальнейшей проверки. Каждая фаза распадается на стадии и этапы. В общем случае *фаза проектирования системы управления эффективностью маркетинга и продаж* включает в себя следующие стадии: концептуальная стадия; стадия моделирования и конструирования; стадия подготовки системы к эксплуатации. *Технологическая фаза* включает в себя стадии реализации системы управления эффективностью маркетинга и продаж и оформления результатов. *Рефлексивная фаза* включает следующие стадии: итоговая оценка результатов реализации проекта (как оценка изменений объекта деятельности); самооценка – как оценка изменений субъекта деятельности.

В заключение отметим, что концепция управления эффективностью и, в частности, концепция управления эффективностью маркетинга и продаж развиваются в мире и в России вместе с соответствующими информационными системами. Это оказывает позитивное влияние на управление крупными предпринимательскими структурами и ведет к повышению их конкурентоспособности и акционерной стоимости.

Библиографический список

1. Духонин Е.Ю., Исаев Д.В. и др. Под ред. Генса Г.В. Управление эффективностью бизнеса. Концепция Business Performance Management. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
2. Китова О.В. Управление эффективностью маркетинга: методология и проектное моделирование: Монография. М.: ИНФРА-М, 2009. (серия «Научная мысль»).
3. Китова О.В. и др. Системы управления эффективностью бизнеса (Под науч. ред. Абдикеева Н.М. и Китовой О.В.): Монография. М.: ИНФРА-М, 2009. (серия «Научная мысль»).
4. Новиков А.М., Новиков Д.А. Методология. М.: СИНТЕГ. 2007. 668 с.
5. Best Practices in Planning and Performance Management: From Data to Decisions (Wiley Best Practices) / David A. J. Axson. John Wiley&Sons, Ltd., 2007.

Контактная информация:

+7 (903) 594 81 40

e-mail: Olga.Kitova@mail.ru

**ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ УГРОЗ
ВОВЛЕЧЕНИЯ БАНКОВСКИХ СТРУКТУР
В РЕГИОНЕ В ТЕНЕВУЮ ЭКОНОМИКУ**

**POTENTIAL THREATS ESTIMATION
OF BANK STRUCTURES INVOLVING
IN REGION SHADOW ECONOMY**

Ю.А. КОВАЛЬЧУК, к.э.н., доцент

Рязанский государственный радиотехнический университет

П.С. СИНЮШИН, к.э.н., ст. преподаватель

Рязанский государственный радиотехнический университет

Y.A. KOVALCHUK, Cand. of economic sci., Ass. professor

Ryazan state radio-engineering university

P.S. SINYUSHIN, Cand. of economic sci., senior lecturer

Ryazan state radio-engineering university

Аннотация

Рассматриваются вопросы развития банковской системы в регионе в условиях влияния теневого сектора экономики, изучение угроз, способствующих нанесению ущерба хозяйствующим субъектам, а также пути преодоления вовлечения в теневой сектор.

Abstract

Questions of bank system development in region in the conditions of shadow economy sector influence, studying of the threats, promoting drawings of damage to managing subjects and ways of overcoming shadow sector involving are considered.

Ключевые слова: банковская структура; региональная экономика; потенциальные угрозы; теневой сектор; экономическая защищенность.

Keywords: bank structure; regional economy; potential threats; shadow sector; economic security.

Эффективность любых экономических преобразований в значительной мере зависит от надежности и стабильности финансово-кредитной системы.

В настоящее время большинство организаций сотрудничают с коммерческими банками. Только банки могут осуществлять операции с крупными кредитами, зарплатными картами, переводами средств на расчетные счета. С банками взаимодействуют не только организации, но и население, чьи сбережения являются одними из основных источников средств для кредитной деятельности банка.

Банковская деятельность является наиболее подверженной воздействию теневого сектора в финансовой сфере, при этом необходимо отметить, что большая часть преступлений происходит вследствие вовлечения кредитных институтов в теневую среду, т.к. банк является неизбежной составляющей большинства криминальных финансовых схем (таблица 1).

Таблица 1.

Материальный ущерб от преступных посягательств (млн. руб.).

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Всего	691500	182950,2	282145,5	206322,1	1147207,2	262257,3
в банковской сфере	42,5	142,9	4933,3	229,6	111,9	421,4

Источник: [4-9].

Это связано с характером деятельности кредитных организаций, позволяющей аккумулировать большие объемы денежных средств, а также с тем, что определенная часть теневых экономических операций производится через кредитные организации и невозможна без их участия.

По оценкам МВД половина коммерческих банков и более 80% совместных предприятий могут иметь связи с организованной преступностью. [12]

По данным finam.info всего существует пять видов экономической деятельности, которые составляют теневой сектор:

- 1) незаконная деятельность;
- 2) скрытая продукция (когда производитель скрывает реальные объемы своей продукции, недекларированная продукция реализуется без уплаты налогов в бюджет);
- 3) неформальная активность (получение дохода от вида деятельности, который не может быть официально зарегистрирован, например, репетиторство);
- 4) личные подсобные хозяйства населения и все, что производится внутри семьи для себя;
- 5) фирмы, которые оказались не охвачены статистикой из-за ее слабости [14].

Из отчета PricewaterhouseCoopers, 59% опрошенных российских компаний стали жертвами как минимум одного экономического преступления в период с 2005 года по 2007 год. 63% опрошенных компаний сообщили, что их убытки от мошеннических действий превысили 1 млн. долларов США, а 20% компаний потеряли более 10 млн. долларов США по тем же самым причинам. Средний уровень прямого финансового ущерба, по данным опроса, составил 12,8 млн. долларов США. Следовательно, с 2005 года по 2007 год прямой ущерб от экономических преступлений в РФ вырос уже более чем в четыре раза (с 3,1 млн. долларов США до 12,8 млн. долларов США) и более чем в пять раз по сравнению со средним показателем по всему миру – 2,4 млн. долларов США [2].

По данным Росстата в 2010 году объемы теневой экономики в России находятся на уровне одной пятой от всей экономики страны, причем с третьего квартала 2009 года начался рост уровня теневой экономики из-за мирового финансового кризиса. Ее объемы в регионах во время кризиса достигли 20-25% от ВВП России. Однако некоторые эксперты оценивают объемы теневого сектора экономики в России на уровне 50% ВВП и даже выше. Так, по оценке Всемирного банка доходы от теневого сектора экономики составляют 40-50% ВВП России. По данным МВД теневого сектора в России также “зашкаливает за 40%” [14].

Кроме того необходимо отметить, что с каждым годом уровень теневой экономики увеличивается [15].

В России ущерб от экономических преступлений составил в 2010 г. 176,4 млрд. руб. [9].

В мире существует значительное количество определений сферы экономики «вне государства»: «теневая», «скрытая», «неформальная», «нелегальная», «фиктивная», «подпольная», «криминальная» и т.д.

На основе исследования институциональных аспектов функционирования теневой экономики и особенностей ее проявления на региональном уровне, в статье рассматривается определение «теневого сектора региональной экономики» как комплекса региональных институтов, деятельность которых не учитывается и (или) не контролируется региональными и федеральными органами и выполняет для ограниченной части общества конструктивные (созидательные) функции [2].

В условиях существования теневого сектора экономики приобретает актуальность вопрос изучения механизмов защиты от потенциальных угроз вовлечения хозяйствующих субъектов в теневую экономику на региональном уровне.

Вовлечение в теневой сектор несет большую опасность экономике на региональном уровне в силу более быстрого проникновения его, нежели на федеральном уровне.

Основными причинами существования теневого сектора региональной экономики являются:

- отсутствие альтернативы экономической модели ценообразования;
- деградацию моральных и правовых норм региональных субъектов экономики;
- отсутствие у значительной части населения региона достаточных материальных ресурсов;
- перенесение в регион социальной, экономической или политической моделей, которые не вписываются в уклад конкретного регионального общества. [2]

Существование теневого сектора региональной экономики обусловлено возможностью извлечения дохода из выявленного несовершенства экономической системы. Теневой сектор взаимодействует с региональной экономикой в следующих отраслях: бюджетная сфера региона, региональное производство, внешнеэкономическая деятельность, медицинская сфера, финансово-кредитная сфера и др. (рис. 1).

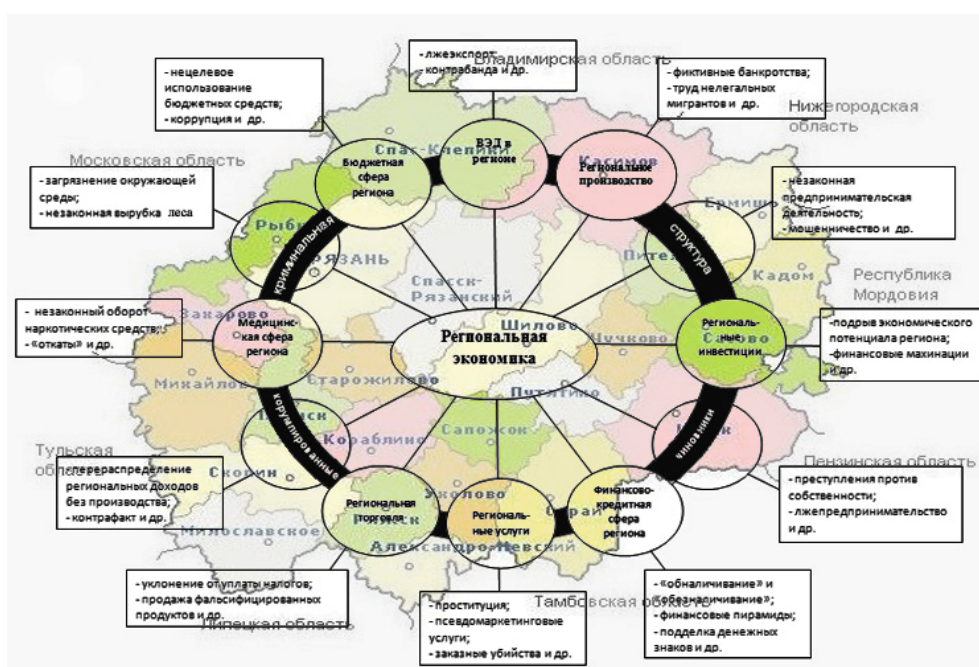


Рис. 1. Сферы влияния теневого сектора на региональную экономику [2].

Деятельность хозяйствующего субъекта, функционирующего в теневом секторе региональной экономики, характеризуется следующими процессами:

- сокрытие регионального хозяйствующего субъекта (осуществление деятельности в регионе без регистрации);
- сокрытие определенных хозяйственных операций на региональном уровне (неотражение их в договорах и отчетности);
- сокрытие регионального найма рабочей силы (наем без оформления трудовых отношений);
- сокрытие региональных доходов (уход от налогов).

Необходимо отметить, что помимо негативного влияния теневой сектор имеет и положительные аспекты: в некоторых случаях теневой сектор позволяет активизировать неиспользуемые возможности теневой экономики.

Так, в условиях необоснованно жесткого налогового регулирования сокрытие разрешенной деятельности от государственного контроля оказывает положительное влияние на региональный экономический рост.

Несмотря на вышесказанное, теневая экономика региона в целом является отрицательным социально-экономическим явлением, так как она:

- является средой для возникновения и развития преступности в регионе;
- препятствует эффективному развитию открытой рыночной экономики;
- формирует в регионе коррупционные отношения;
- не обеспечивает правовой защитой права интересы исполнительных участников теневой экономики.

Основным негативным последствием существования теневого сектора экономики является сокращение финансовых ресурсов, доступных легальной экономике. Такое сокращение способствует ухудшению социально-экономического положения в регионе. Что приводит к сокращению доступных ресурсов для кредитных институтов, вынуждая банки искать альтернативные источники для своей деятельности.

Преступления в банковской сфере специалисты МВД России относят к преступлениям экономической направленности. При этом необходимо отметить, что вовлечение коммерческих банков в теневой сектор происходит интенсивнее в тех регионах, где уровень социально-экономического развития выше. Т.е. чем выше уровень экономической активности, тем шире масштабы теневой экономики и выше уровень ущерба (таблица 2) [2].

Способы вовлечения коммерческих банков в теневую экономику разнообразны. К ним могут быть отнесены незаконные действия, осуществляемые как руководителями, так и сотрудники различных отделов банка (что более распространено). При этом причиняется ущерб различным пользователям коммерческого банка.

Незаконные действия, совершаемые руководителями банков и других финансово-кредитных учреждений, могут наносить ущерб как клиентам и акционерам, но и государству в целом:

- незаконная банковская деятельность;
- легализация денежных средств;
- уклонение от уплаты налогов (сокращение налогооблагаемой базы);
- манипулирование бюджетными денежными средствами;
- манипулирование балансовыми ведомостями;

Таблица 2.

Динамика количества преступлений экономической направленности и уровня экономического ущерба для регионов с различным уровнем социально-экономического развития.

Субъекты РФ	2005		2006		2007		2008		2009		2010		Темп роста, %
	Кол-во, тыс.ед.	Ущерб, млрд.	Кол-во, тыс.ед.	Ущерб, млрд.	Кол-во, тыс.ед.	Ущерб, млрд.	Кол-во, тыс.ед.	Ущерб, млрд.	Кол-во, тыс.ед.	Ущерб, млрд.	Кол-во, тыс.ед.	Ущерб, млрд.	
Регионы с уровнем развития выше среднего													
г. Москва	24,9	79,64	27,1	7,06	21,4	10,90	20,8	4,75	21,8	54,69	14,7	9,38	59,04
Московская обл.	23,2	74,21	25,5	6,65	24,2	12,32	23,9	5,46	23,8	59,71	16,3	10,40	70,26
Нижегород. обл.	11,6	37,10	13,7	3,57	14,5	7,38	12,9	2,95	15	37,63	9,8	6,25	84,48
г. С.-Петербург	9,1	29,11	11,9	3,10	10,7	5,45	11	2,51	11,4	28,60	7	4,47	76,92
Регионы со средним уровнем развития													
Тульская обл.	3,7	11,83	3,9	1,02	3,3	1,68	3,5	0,80	3,2	8,03	2,6	1,66	70,27
Рязанская обл.	2,5	8,00	2,3	0,60	2,2	1,12	2,8	0,64	1,8	4,52	2	1,28	80,00
Липецкая обл.	2,4	7,68	2,8	0,73	2,9	1,48	3,4	0,78	3,4	8,53	2,1	1,34	87,50
Регионы с уровнем развития ниже среднего													
Владимирская обл.	3,9	12,47	4,2	1,09	3,8	1,93	3,3	0,75	3,6	9,03	3,1	1,98	79,49
Тамбовская обл.	3,1	9,92	3,3	0,86	2,9	1,48	2,7	0,62	2,5	6,27	1,9	1,21	61,29
Всего	437,7	1400	489,5	127,6	459,2	233,8	448,8	102,5	428,8	1075,7	276,4	176,4	63,15

Источник: [2]

- мошенничество;
- преднамеренное банкротство;
- неправомерные действия при банкротстве [1].

Данные действия отличаются повышенной общественной опасностью, что обусловлено значительными полномочиями по управлению банком. Опасность этих правонарушений не в их количестве, а в тех негативных последствиях, которые, как правило, ведут к краху банков. С 2004 г. по 2011 г. Банк России направил в правоохранительные органы сведения о криминале в деятельности руководства 97 кредитных организаций [10].

Одной из самых распространенных угроз для коммерческого банка является схема по легализации преступных доходов, посредством фиктивных транзакций безналичных денежных средств с использованием «однодневок» и «буферных» фирм (рис. 2).

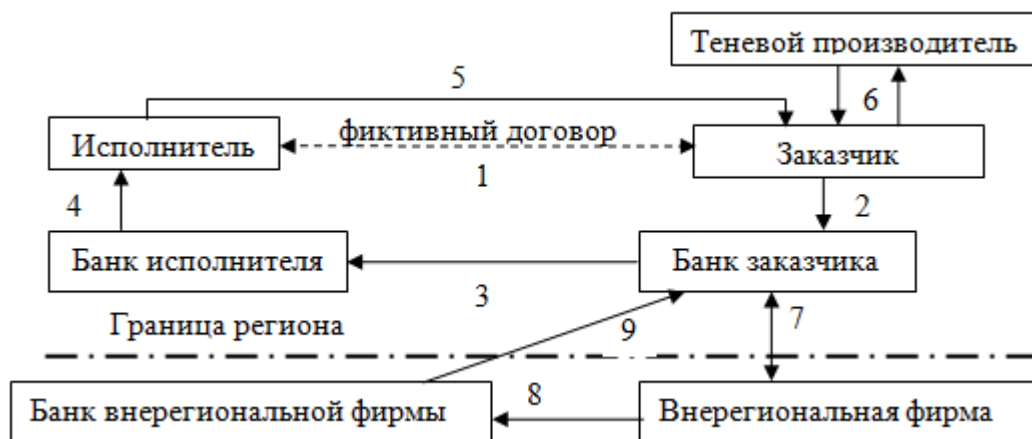


Рис. 2. Схема «обналичивания» с легализацией теневой экономики [2]. (1 – Передача счетов, счетов-фактур, товарно-транспортных документов или накладных на товар (документов, подтверждающих передачу товара). 2 – Оформление и передача в банк Заказчика платежных документов на перечисление денежных средств с расчетного счета Заказчика на расчетный счет Исполнителя. 3 – Перечисление денежных средств на расчетный счет Исполнителя. 4 – Снятие с расчетного счета наличных денег. 5 – Разделение наличных денежных средств на суммы вознаграждения и суммы, возвращаемые Заказчику, и передача наличных средств Заказчику. 6 – Оплата наличными товара «теневому» производителю и передача товара Заказчику. 7 – Передача товара партнеру из другого региона. 8 – Оформление внерегиональной фирмой платежных документов, перечисление денежных средств с расчетного счета внерегиональной фирмы на расчетный счет Заказчика. 9 – Перечисление денежных средств с расчетного счета внерегиональной фирмы на расчетный счет Заказчика).

Широко распространена практика «незаконных» банкротств. По данным Ассоциации по страхованию вкладов (АСВ) больше половины всех банкротств кредитных учреждений – искусственные. В сфере банковского кредитования данное преступление совершается с целью ухода от погашения долга. Вследствие того, что в банке могут накапливаться значительные суммы, некоторые учредители и собственники специально осуществляют процедуру банкротства, до этого момента активно привлекая клиентов. После аккумуляции достаточно крупной суммы учредителем и собственникам банка выдаются особо крупные кредиты, в совокупности

делающие банк неплатежеспособным. Деньги вкладчикам возвращает АСВ (рис. 3).

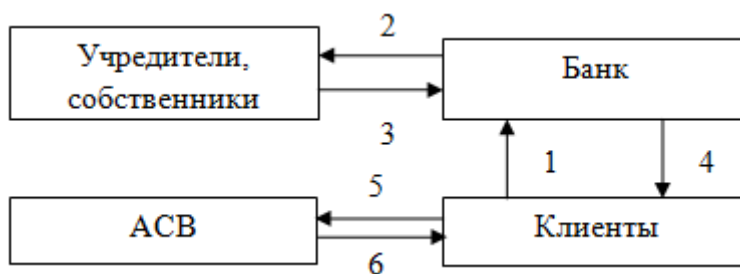


Рис. 3. Схема «незаконного» банкротства. 1 – Привлечение средств Клиентов на счета Банка. 2 – Перечисление средств на счета Учредителей (Собственников). 3 – Потеря Банком платежеспособности. 4 – Объявление о банкротстве Банка. 5 – Обращение Клиентов в АСВ. 6 – Компенсация вкладов за счет АСВ.

Разделяют два вида преступных банкротств:

- Фиктивное – с фирмой все в порядке, но владелец бизнеса обманывает своих кредиторов, утверждая, что он – банкрот;
- Преднамеренное – владелец бизнеса предпринимает любые действия, чтобы завести компанию в тупик, то есть умышленно банкротит.

Опытные специалисты всегда могут определить обман по некоторым признакам банкротства:

- в последние 2 года имущество должника заменили на менее ценное;
- должник продал имущество, без которого не сможет работать;
- компания берет в долг суммы, которые больше самого имущества;
- фирма сделала крупные финансовые вложения вместо того, чтобы платить по долгам [16].

Мошенничества как угроза вовлечения получили довольно широкое распространение в сфере банковской деятельности. Совершаемое руководителями банков, мошенничество характеризуется значительным масштабом наносимого ущерба, сложностью и изощренностью используемых криминальных схем, разнообразием применяемых приемов и способов.

В качестве примера можно привести конкретную схему мошенничества. В начале 2009 г. была пресечена деятельность банка, руководитель которого разбил крупные вклады физических лиц на более мелкие партии, чтобы претендовать на выплаты из АСВ. В результате у агентства возникли необоснованные обязательства перед вкладчиками (рис. 4) [12].

Получила распространение криминальная практика создания банков и других кредитных организаций с целью привлечения и последующего хищения денежных средств других лиц. Многочисленные лжебанки, финансовые компании причинили ущерб десяткам миллионов граждан. Особенно значительный ущерб был связан с деятельностью фирм, использующих принцип финансовых пирамид.

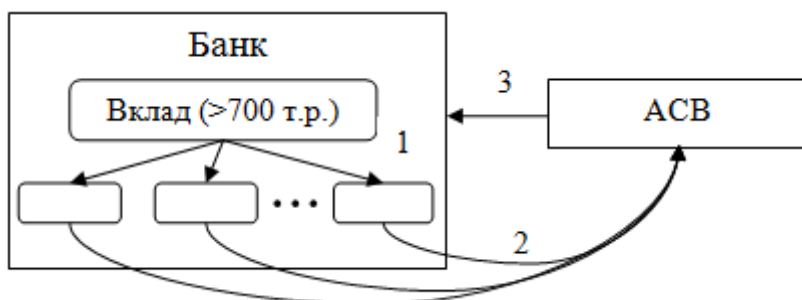


Рис. 4. Схема мошенничества с выплатами из АСВ. 1 – Разбиение крупного вклада на более мелкие. 2 – Направление требований от имени вкладчиков на возмещение в АСВ. 3 – Возникновение обязательств АСВ перед вкладчиками.

Угроза вовлечения в теневой сектор для банка может исходить не только от руководителя, но и от других категорий служащих. Особое место занимают преступления, совершаемые с использованием методов бухгалтерского учета:

- фиктивные вклады, счета на фиктивные лица;
- неправомерное списание со счетов, когда служащий действует как агент или лицо, имеющее доверенность;
- незаконное присвоение или занижение комиссионных сборов по счетам клиентов;
- отнесение чеков служащих на счета клиентов;
- фиктивные проводки по счетам клиентов;
- завышение и занижение суммы проводок по дебету и кредиту и др.

От бухгалтерских служащих по сравнению с другими категориями банковских служащих наиболее часто исходит опасность вовлечения в теневую деятельность из-за возможности получения больших комиссионных. Хотя бухгалтер не имеет доступа к наличным денежным средствам, личные расходы могут быть списаны им фиктивно созданную фирму.

В небольших банках нередки случаи совмещения должностей. В результате нечестный служащий не только достаточно свободно может получить наличные деньги, но имеет к тому же значительные возможности для утаивания своих растрат. Ему довольно просто скрыть недостачу в своем отделе и путем манипуляции по ее сокрытию в учетных документах, и наоборот.

Возможной грозой для банка является вовлечение в правонарушения со стороны сотрудников валютных отделов с участием бухгалтера путем перечисления иностранной валюты на закрытый валютный счет, транзитный счет для физических лиц с целью последующего снятия со счета этих средств. Также возможна подделка платежных документов на перечисление валюты в иностранные государства. В последующем данные денежные средства могут быть задекларированы на границе и ввезены в РФ.

Бухгалтеры, отвечающие за бухгалтерские книги сбережений, имеют возможность обманывать банки, в которых они работают, манипулируя процентами по сберегательным счетам. Полученные путем завышения фактических процентов, начисляемых на различные счета, суммы используются якобы для компенсации фиктивных расходов [1].

Возможности для махинаций имеют не только руководители и бухгалтеры, но и служащие других отделов, причем наиболее уязвимыми являются кредитные и вексельные отделы.

Потенциальные угрозы, исходящие от служащих данных отделов:

- фиктивные кредиты;
- необеспеченные займы предприятиям, в которых руководители и служащие банка имеют финансовую заинтересованность;
- займы под неадекватное и не обладающее ликвидностью (или имеющее ограниченную ликвидность) обеспечение;
- занижение сумм денежных сборов, ссудных процентов, скидок и завышение сумм выплаты процентов;
- занижение кредитовых и завышение дебетовых проводок по контрольному счету в общей бухгалтерской книге;
- продление срока платежа и увеличение размеров комиссий без ведома клиентов;
- несанкционированное освобождение залога и др. [1].

Чаще всего банковские служащие подделывают на векселях подписи клиентов. Это объясняется тем, что в современном банке высшее уполномоченное лицо, как правило, просматривает векселя достаточно редко.

Также распространены занижения дохода, полученного в форме ссудных процентов и скидок по займам, или завышения суммы возврата процентов, когда займы погашаются досрочно.

Самым распространенным способом «обмана» банка собственным сотрудником является выдача фиктивных займов, оформленных на подставных или вымышленных получателей по несуществующим адресам или по адресам лиц, не имеющих никакого отношения к этим займам. Также возможно оформление фиктивного кредита на реальных или потенциальных клиентов банка [1].

Также сотрудники коммерческих банков могут вовлекать их в легализацию денежных средств. По оценкам ЦБ РФ, объем фиктивных операций по обналичиванию средств составляет примерно от 50 до 80 млрд руб. в месяц, по переводу средств нерезидентам – от 3 до 4 млрд долл. в месяц [10].

Часто сотрудники банка за вознаграждение осуществляют ненадлежащую проверку кредитоспособности клиентов либо умышленное вводят в заблуждение руководство банка относительно возможности клиента своевременно рассчитаться за полученные средства.

Кроме того, в настоящее время валютные операции для банков и их клиентов являются наиболее надежными и низкорискованными. Поэтому ряд работников кредитного учреждения могут вовлечь банк в теневой сектор региональной экономики, через нарушения налогового и банковского законодательства в сфере валютных операций (рис. 5):

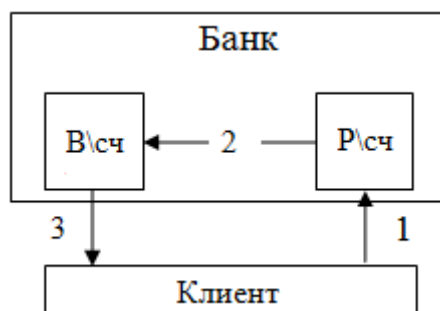


Рис. 5. Операции при совершении сделок с иностранной валютой. 1 – Зачисление рублей на счет. 2 – Конвертация рублей в валюту. 3 – Снятие валюты.

При этом недобросовестные работники идут на следующие ухищрения:

- разрабатывают и применяют схемы ухода от уплаты налогов при операциях с иностранными денежными знаками;
- осуществляют нарушения в организации работы обменных пунктов валюты и порядка совершения валютно-обменных операций;
- участвуют в совершении операций, связанных с незаконным вывозом валюты за рубеж.

При приеме от физического лица иностранной валюты или рублей:

- предлагают физическому лицу подписать договор банковского счета, предусматривающий совершение операций по конвертации валют путем открытия двух счетов – в рублях и валюте;
- зачисляют принятые денежные средства, в зависимости от совершаемой гражданином операции, на валютный или рублевый счет, конвертирует их и перечисляет на соответствующий счет, для выдачи наличными деньгами;
- закрывают валютные и рублевые счета.

Возможны злоупотребления среди сотрудников отдела по работе с ценными бумагами. Брокер может воспользоваться тем, что некоторые клиенты, продающие (покупающие) ценные бумаги через банк, не сравнивают доход, указанный в отчете брокера, с рыночной котировкой (рис. 6).

Кроме того, сотрудники банков могут опосредованно участвовать в теневом секторе, разглашая сведения, составляющие коммерческую и банковскую тайну (о денежных вкладах, компьютерных программах, финансировании различных проектов).

Распространена практика, когда работники банка предоставляют информацию о своих клиентах банкам-конкурентам. При этом клиентам, желающим положить значительные суммы денег на депозит в первом банке,

специально сообщаются заниженные депозитные ставки. Но сообщается, что ставка по депозиту в другом банке намного выше. Клиент открывает вклад в банке-конкуренте, а работник банка регулярно получает комиссионное вознаграждение от него.

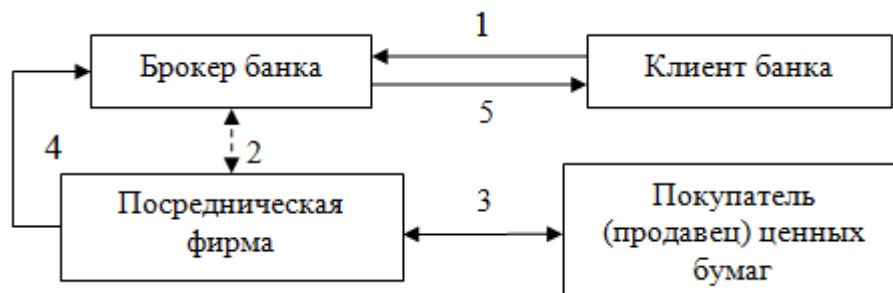


Рис. 6. Схема мошенничества с ценными бумагами. 1 – Заключение договора Клиента с Банком на продажу (покупку) ценных бумаг. 2 – Оформление фиктивной посреднической фирмы. 3 – Продажа (покупка) ценных бумаг. 4 – Перечисление комиссионных Фирмой на счет Брокера. 5 – Передача ценных бумаг по заниженной (завышенной) цене.

Наиболее часто целью коммерческого подкупа банковского работника является склонение их к выдаче кредитов с нарушением экономических нормативов, требований обеспечения возвратности кредита и других условий.

Незаконные денежные вознаграждения за выдачу ссуд могут получать работники кредитного отдела, юридической, экономической службы, службы безопасности. Вознаграждение дается за ненадлежащую проверку кредитоспособности клиентов либо умышленное введение в заблуждение руководства банка относительно возможности клиента своевременно рассчитаться за полученные средства.

В ряде случаев банковские служащие являются инициаторами незаконного получения и присвоения кредита, получая из похищенных средств за свою долю.

В марте 2011 г. во Владикавказе произошло ограбление филиала Банка Москвы, в ходе которого были похищены 199 млн. руб. Среди преступников – две сотрудницы. Они были организаторами преступления. Ограбление было инсценировкой, которую организовали сами сотрудники банка, чтобы скрыть растрату [12].

Угроза вовлечения банка в теневую экономику может исходить не только от лиц, непосредственно занятых в банковском секторе, и от клиентов банка (заемщиков). Эта категория угроз вовлечения наиболее характерна для банковской сферы, поскольку кредитование является одной из наиболее массовых и одновременно уязвимых в криминологическом отношении банковских операций.

Угрозами интересам банка, исходящими от клиентов при осуществлении ссудных операций, являются: мошенничество, незаконное получение кредита, а также преступления, связанные с банкротством [1].

Мошенническое получение кредита основывается на представлении ложных сведений, осуществляемое двумя способами:

- путем создания фиктивных предприятий;
- путем фальсификации документов, вследствие чего банковские служащие вводятся в заблуждение относительно возможностей и перспектив возврата полученных средств и качества обеспечения кредита.

Опасность возникновения ущерба для банка возникает и при незаконном получении кредита. Применительно к банку она осуществляется 4 путями:

- получение кредита путем представления банку заведомо ложных сведений о хозяйственном положении либо финансовом состоянии;
- получение льготных условий кредитования путем представления банку заведомо ложных сведений о хозяйственном положении либо финансовом состоянии;
- незаконное получение государственного целевого кредита;
- использование государственного целевого кредита не по прямому назначению.

Возможны также махинации при использовании банковских гарантий:

- фальсификации и незаконное получение гарантийных писем. В ряде случаев изготовление и сбыт поддельных гарантийных писем банков и других организаций осуществляется в форме бизнеса в значительных масштабах.
- злоупотребления при использовании залога в качестве обеспечения кредита – представляется в качестве залога имущества, действительная стоимость которого не соответствует заявленной, не находящегося в собственности получателя кредита, на которое не может быть обращено взыскание; неоднократный залог одного и того же имущества [1].

Развитием информационных технологий обусловлено появление новых угроз вовлечения банков в теневую экономику, связанных с обработкой и хранением информации. В России наблюдается все возрастающее использование и совершенствование информационных технологии в криминальной деятельности.

Угроза компьютерной безопасности банка становится одним из наиболее опасных видов преступных посягательств, т.к. способна нанести значительный ущерб кредитным институтам, что ведет к спрогнозированным банковским убыткам из-за возрастания вероятности мошенничества.

Для многих кредитных институтов данная проблема является новым видом опасности, к борьбе с которой они не всегда оказываются подготовленными. Все большее распространение получают факты совершения международных компьютерных преступлений в банковской сфере. Особую озабоченность вызывают компьютерные мошенничества.

Субъектами компьютерных махинаций могут быть как сотрудники банка, так и его клиенты, а также посторонние лица.

Компьютерное мошенничество, т.е. вмешательство, изменение, уничтожение либо укрытие компьютерных данных:

- Компьютерный подлог;
- Повреждение информации;
- Несанкционированный доступ;
- Несанкционированный перехват информации [1].

Примером может служить деятельность сотрудника банка «Российский кредит». Молодой человек вводил ложную информацию в текстовый файл о кредите, перечисленном на его счет. Сначала он перевел себе более \$5 тыс. Эти деньги мошенник вычитал из ежедневного сводного отчета финансовых поступлений в банк. Наличные доллары хакер снимал со своего счета в пункте обслуживания в одном из отделений банка, где он работал раньше. После этого хакер перевел себе еще более \$12 тыс., после чего был задержан [12].

Хотя Банк России является главным надзорным органом за деятельностью коммерческих банков, он также не застрахован от вовлечения в теневую экономику.

Так, в России в начале 1990-х годов было распространено мошенничество с использованием авизо, ущерб от которого для экономики оценивается в триллионы рублей. Кредитовое авизо – платежный документ, на основании которого на корсчет банка зачисляется указанная в нем сумма.

Журнал «Коммерсантъ» описывал мошенничество с авизо следующим способом: мошенники договаривались с работником какого-либо банка, чтобы он напечатал авизо на некоторую сумму и отправил его в Центральный банк или один из «спецбанков», к числу которых относились Промстройбанк, Соцбанк и Агропромбанк, после чего оставалось лишь получить деньги. Поскольку «стыковка» в банках проводилась с периодичностью в месяц, квартал или год, то у мошенников, как правило, имелось достаточно времени, чтобы потратить или спрятать похищенные деньги. Банковская система советского образца оказалась не готова к такой элементарной махинации.

Организованная преступность рязанской области в период 90-х, также взяло на вооружение данный вид криминального заработка. Так, ими было похищено 900 миллионов рублей с помощью фальшивых авизо. Затем ОПГ предприняли неудачную попытку похитить уже 19 миллиардов рублей. Если бы она была бы осуществлена, то стала крупнейшей кражей денег из Центрального Банка России.

Ввиду крайне неблагоприятного воздействия теневого сектора на состояние экономики важной задачей является формирование системы методов выявления и снижения экономического ущерба от экономических пре-

ступлений при взаимодействии с теневой экономикой на региональном уровне.

Механизм противодействия вовлечению в теневую экономику должен решать следующие задачи:

- своевременное выявление реальных внешних и внутренних угроз;
- прогнозирование потенциальных угроз, связанных с особенностями функционирования региональной экономики;
- выработка стратегических решений по совершенствованию организации деятельности официальных органов по противодействию угрозам теневого сектора и оценки их эффективности в регионе;
- оценка эффективности принимаемых мер в регионе [2].

Противодействие вовлечению в теневой сектор экономики на региональном уровне осуществляет различными структурами (таблица 3).

Таблица 3.

Функции органов управления по снижению влияния теневого сектора региональной экономики.

Органы управления	Функции
ГУ Банка России по региону	– контроль движения денежных средств и противодействие легализации и др.
Комитеты по общественной безопасности и противодействию коррупции	– противодействие коррупции; – выявление необоснованных запретов и ограничений в области экономической деятельности; – обеспечение независимости региональных СМИ и др.
Подразделение экономической безопасности ОВД по региону и др.	– защита экономики региона от преступленных корыстных посягательств в процессе осуществления экономических отношений между различными их субъектами; – выявление, пресечение и раскрытие региональных экономических преступлений и др.

Источник: [2].

Необходимо отметить, что законопослушный хозяйствующий субъект (коммерческий банк) не обращается в официальные органы по преодолению регионального теневого сектора из-за боязни или закрытости самих государственных структур. Кроме того, любое сообщение в государственные органы может либо не рассматриваться вообще, либо привести к угрозе личной безопасности вследствие предупреждения теневого субъекта.

Поэтому на первый план выходят общественные методы, которые оказывают практическую помощь, законопослушному хозяйствующему субъекту, без дальнейшего ущерба, со стороны регионального теневого сектора.

Основные составляющие механизма экономической защищенности должны стать:

- использование Региональных консультационных центров;
- использование различных баз данных о теневых субъектах;
- использование сети интернет, в которой может размещаться информация предупреждающего характера;
- обращение в агентства по экономической защите бизнеса для своевременного предупреждения или пресечения угроз на основе консультирования, проведения мероприятий по выявлению намерений и обеспечения взаимодействия с силовыми органами;
- использование информации региональных центров исследований теневой экономики;
- обучение руководителей, главных бухгалтеров и ведущих специалистов, обеспечивая их необходимыми знаниями и навыками для снижения экономического ущерба и др.

Кроме того, существуют ряд признаков характеризующие проблемы в банке:

- если банк задерживает вашу оплату, проблемы в расчетных операциях говорят о плохом самочувствии банка и возможном банкротстве;
- подозреваете проблемы в банке, почитайте газеты (о проблемных банках задолго до банкротства появляются негативные материалы. Если сомнения растут, стоит изучить сайт Центробанка. Там по каждому кредитному учреждению можно найти ведомость);
- банк набрал кредитов больше, чем выдал сам.

Признаки банкротства выделяет Федеральный закон от 25.02.1999 №40-ФЗ (ред. от 19.07.2009) «О несостоятельности (банкротстве) кредитных организаций»:

- банк в последние 6 месяцев не выполняет требования кредиторов по денежным обязательствам;
- допускает снижение капитала более чем на 20% от максимального его размера за последние 12 месяцев;
- допускает уменьшение капитала по итогам месяца ниже размера уставного капитала;
- нарушает нормативы Центробанка (текущей ликвидности и достаточности собственного капитала);
- допускает уменьшение величины собственных средств ниже размера уставного капитала.

Но и этих признаков мало для банкротства банка. Сначала у кредитного учреждения Центробанк должен отозвать лицензию. После этого суд может возбудить дело о банкротстве, если банк подходит под одно из этих условий:

- требования к банку составляют не меньше 1000 МРОТ;
- стоимость имущества банка меньше всех его обязательств [12].

Таким образом, коммерческий банк в настоящее время является одним из наиболее подверженных вовлечению в теневую экономику субъек-

тов. Угроза вовлечения может быть обусловлена как внутренним (незаконные действия руководителей, сотрудников), так и внешним (мошенничества заемщиков, хакерские атаки) воздействием. Причем негативные последствия данной деятельности более выражены на региональном уровне.

Вышесказанное обуславливает всевозрастающую необходимость создания системы методов выявления и снижения экономического ущерба от экономических преступлений в финансово-кредитной сфере на региональном уровне.

Библиографический список

1. Авдийский В.И., Дадалко В.А. Теневая экономика и экономическая безопасность государства. М.: ИНФРА-М, 2010. 496 с.
2. Ковальчук Ю.А., Синюшин П.С. Теневая экономика в регионе: влияние, анализ, противодействие. М.: БИНОМ, Лаборатория знаний, 2010. 179 с.
3. Курыгина О.И. Оценка рыночной стоимости банка: риски, связанные с возможным нарушением кредитной организацией федерального законодательства // Экономические стратегии. 2010. № 9.
4. Состояние преступности в России за 2005. М.: ГИАЦ МВД России, 2006. 72 с.
5. Состояние преступности в России за 2006. М.: ГИАЦ МВД России, 2007. 80 с.
6. Состояние преступности в России за 2007. М.: ГИАЦ МВД России, 2008. 80 с.
7. Состояние преступности в России за 2008. М.: ГИАЦ МВД России, 2009. 80 с.
8. Состояние преступности в России за 2009. М.: ГИАЦ МВД России, 2010. 84 с.
9. Состояние преступности в России за 2010. М.: ГИАЦ МВД России, 2011. 84 с.
10. <http://cbr.ru>
11. <http://gks.ru>
12. <http://mvd.ru>
13. <http://finam.info/currency/news24CCB00001/default.asp>
14. http://www.gazeta.ru/financial/2010/07/21/kz_3400036.shtml
15. <http://bank.ru/publication/show/id/8951/>
16. <http://bank.ru/publication/show/id/10947/>

Контактная информация:

(4912) 46 03 58

e-mail: fm-science@inbox.ru

ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ

FEATURES OF BUSINESS REPUTATION DISPLAY IN THE MODERN RUSSIAN SOCIETY

Н.П. КОЗЛОВА, к.э.н., доцент
Кафедра «Маркетинг»
Финансовый университет при Правительстве РФ

N.P. KOZLOVA, Cand. of economic sci., Ass. professor
«Marketing» Department
Financial University under the Government of the Russian Federation

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы управления деловой репутацией компаний. Отмечается, что защита репутации, укрепление репутации являются предметом пристального внимания топ-менеджмента большинства компаний, в том числе и российских. Анализируется уровень доверия мирового сообщества к российским компаниям, выясняются причины, по которым этот уровень ниже, чем к большинству других международных корпораций. Критически оцениваются отечественные рейтинги деловой репутации.

Abstract

Questions of management of business reputation of the companies are considered in the paper. It is noticed that reputation protection, reputation strengthening are a subject of steadfast attention of top management of the majority of the companies, including Russian. In addition, the paper examines the level of confidence of the international community to Russian companies, it turns out the reasons for this level is lower than for most other international corporations. The paper also critically assesses the domestic ratings business reputation.

Ключевые слова: деловая репутация, репутационные угрозы, доверие, рейтинг, корпоративная социальная ответственность, топ-менеджмент, корпоративная этика.

Keywords: business reputation, reputational risk, trust, rating, corporate social responsibility, top management, corporate ethics.

Тема управления деловой репутацией в последнее время стала очень популярной в деловом мире. Это подтверждается тем, что деловой репутации посвящены многочисленные опросы менеджмента компаний, предлагается множество консалтинговых услуг по репутационному менеджменту. Защита деловой репутации в транснациональных компаниях, позиционирующих себя на мировом рынке, вышла за рамки только работы отделов по обслуживанию и взаимодействию с клиентами. “Защита репутации”, “укрепление репутации”, “управление репутацией, репутационными рисками” давно стали предметом внимания топ-менеджмента компаний. Об этом свидетельствуют факты введения в компаниях должностей вице-президентов не только по связям с общественностью, но и вице-президентов по управлению репутацией. Например, в компании DOW есть должность вице-президента по связям с общественностью и управлению репутацией, в компании GSK есть вице-президент по вопросам корпоративного имиджа и репутации и т.п. Многочисленные опросы организаций, осуществляющих контроль корпоративной этики, PR-агентств, исследователей и экспертов в области защиты деловой репутации доказывают, что большинство генеральных директоров крупных компаний развитых стран (свыше 70%) озабочены угрозами деловой репутации их корпораций. Западные исследователи, несмотря на “репутационную революцию”, популярность темы управления деловой репутацией, считают, что далеко не все топ-менеджеры осознали, что репутация складывается десятилетиями и требует особых мер поддержки. В противном случае в постоянно меняющемся деловом мире, с ростом доли нематериальных активов компаний, когда риски уже не ограничиваются только производственным браком и техногенными авариями, возрастает угроза потери “лица” корпорации. Особенно это важно для компаний, оказывающих услуги. Если такая компания будет замешана в неблагоприятных делах, то с потерей репутации она окажется на грани краха и может быть даже ликвидирована. Так было с аудиторской компанией Arthur Andersen после краха компании Enron. Хотя аудиторской компании удалось снять с себя обвинения в препятствии правосудию, ее имя, когда-то ассоциирующееся у корпоративной аудитории с высоким качеством работы и добросовестным отношением к делу, стало ассоциироваться со скандалом и мошенничеством. Начался массовый исход клиентов, затем сотрудников, и в 2004 году компания, которая выстраивала свою репутацию почти сотню лет, прекратила свое существование.

Напрашивается вывод, что компании-производители к репутационным угрозам подготовлены в большей степени, чем обслуживающие компании, имеющие дело, в основном, не с материальными активами и продукцией, а с людьми. Однако и компании-производители в современном мире не всегда готовы отразить последствия негативных событий, влияющих на их репутацию. Это подтверждает история катастрофы ВР в Мекси-

канском заливе, приведшая не только к огромным убыткам, но и к серьезным репутационным потерям.

Если говорить о российских компаниях, то их деловой репутации мировое сообщество не доверяет. Глобальная коммуникационная компания Edelman ежегодно проводит социологическое исследование настроений информированных «лидеров мнений» Edelman Trust Barometer. В 2010 году были опубликованы результаты полевых исследований, проведенных в сентябре-декабре 2009 года. Edelman исследовала доверие 4875 респондентов из 22 стран к общественным институтам – государству, бизнесу, СМИ, НКО.

Результаты исследования свидетельствуют [1], что после спада 2009 года глобальное доверие к бизнесу в мире в 2010 году незначительно выросло – в основном за счет восстановления доверия в США и ряде стран Западной Европы. В России же за последний год уровень доверия к бизнесу сократился на 10 пунктов – до 42%; это больше, чем в любой другой исследуемой стране.

В 2010 году россияне в целом больше доверяют бизнесу (42%) и НПО (41%), чем власти (38%) и СМИ (37%). При этом доверие россиян к бизнесу и власти за последний год сократилось на 10%, а доверие к неправительственным организациям с 2008 года выросло на 11%.

Российские респонденты больше всего доверяют бизнесу в ИТ-телеком отрасли (66%), автомобилестроении (57%), ТЭК (55%), индустрии развлечений (55%) и розничной торговле (50%). В меньшей степени отечественные респонденты доверяют фармацевтическим компаниям (37% – разительное отличие с 50% уровнем доверия в ЕС и 55% в мире в целом), бизнесу в сфере здравоохранения (38%), страховании, СМИ и банковском секторе (по 41%).

Россияне больше всего доверяют немецкому бизнесу (77%), японскому (72%), шведскому (71%), канадскому (67%) и английскому (67%). В наименьшей степени пользуются доверием россиян компании из Бразилии (31%), Индии (32%) и КНР (39%). После кризисного спада 2009 года наметилось восстановление доверия россиян к большинству представляющих зарубежные страны компаний. За прошедший год доверие к американским компаниям выросло более чем на 30%, к немецким – на 18%, английским – на 18%.

Россияне более других европейцев ценят качество товаров и услуг, а также справедливое ценообразование. Российские респонденты полагают, что для репутации компании важнее всего качество предоставляемых ею товаров или услуг (81%), общее доверие к компании (69%), справедливая ценовая политика (67%), а также финансовая прозрачность и корпоративная социальная ответственность компании (по 65%). В меньшей степени на репутацию компании оказывают влияние дивиденды, выплачиваемые акционерам, и личная харизма руководства компании. Наиболее доверитель-

ными источниками информации о компаниях россияне считают доклады отраслевых или финансовых аналитиков (56% респондентов доверяют им), статьи в деловых журналах (47%), информацию, полученную с помощью интернет-агрегаторов новостей (Google.news и пр. – 47%).

Менее всего отечественные респонденты склонны доверять корпоративной и продуктовой рекламе (15%), статьям о компании в газетах (18%) и сюжетам о компании на телевидении (24%). При этом в России больше чем в других европейских странах доверяют интернет-источникам информации. С 2007 года последовательно сокращается доверие к газетным статьям и растет степень доверия к блогам, как к источникам достоверной информации о компаниях.

В формировании позитивной репутации компании у россиян особое значение имеют мнения независимых ученых или экспертов (им доверяют 75% россиян), финансовых и отраслевых аналитиков (58%), а также высшего руководства компании (50%) и «равных себе» (45%). В наименьшей степени россияне склонны формировать собственное мнение о компании на основе высказываний госчиновников – представителей регулирующих органов (27%), сотрудников компании и представителей релевантных НПО (по 33%). При этом с 2007 года последовательно растет роль «равных себе» в формировании мнения о компании и сокращается авторитетность мнений сотрудников компаний.

Компания Edelman в ходе своих исследований обнаружила, что российские компании имеют низкую деловую репутацию и уровень доверия мировой общественности.

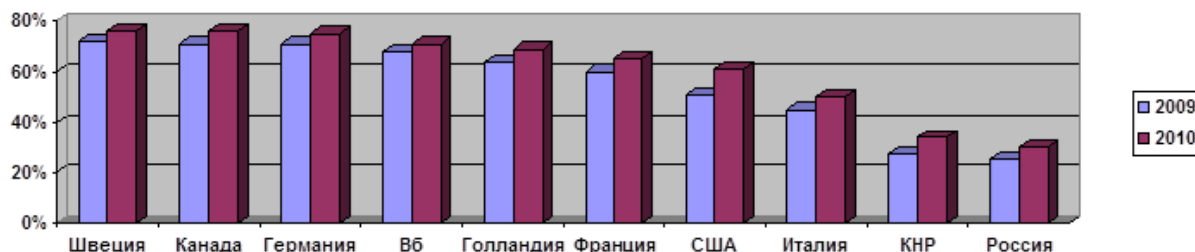


Рис. 1. Уровень доверия глобальным компаниям.

Как показали результаты проведенного исследования, уровень доверия к российским компаниям за рубежом ниже, чем к большинству других международных корпораций. Наибольшим доверием у иностранных топ-менеджеров пользуются канадские, шведские и немецкие фирмы. Российские глобальные компании по уровню доверия – на последнем месте.

Менеджеры из развивающихся стран относятся к российским компаниям более лояльно, чем менеджеры из развитых стран. В Китае российским компаниям доверяют даже больше (63%), чем в России (50%). Мексика, Индия и Бразилия склонны верить российскому бизнесу, а вот в Польше, Германии и Великобритании уровень доверия к нашим компаниям крайне низок – доверяют меньше 20%. Еще меньше доверяют нашим

глобальным компаниям во Франции – всего 15% опрошенных менеджеров относятся к ним лояльно.

“Имидж российского бизнеса лучше там, где он меньше представлен, чем в странах, с которыми у России установились бизнес-отношения”, – удивляется гендиректор Центра политконъюнктуры Константин Симонов. Такой рейтинг может быть результатом фрагментарного восприятия: в случае, если опрашивали бизнесменов, которые не работают с российскими компаниями и воспринимают Россию как опасную страну, полагает Симонов.

Научный руководитель Центра стратегических разработок Ксения Юдаева считает, что недоверие к России снижает объемы иностранных инвестиций и их качество. Недоверие подрывает возможности для сотрудничества российских компаний в других странах и реализации совместных проектов. По ее мнению, если бы имидж российских компаний был лучше, кредиты в западных банках могли бы быть дешевле, а капитализация компаний на западных площадках выше.

Попытки отечественного журнала “Эксперт” регулярно (с 1997 года) проводить рейтинги репутации компаний вызывают неоднозначную реакцию. Состав российского рейтинга почти полностью обновился, завсегда-таи (15-20%) вызывают много претензий: “Северсталь” – неудачная экспансия в автомобилестроении, объединенные машиностроительные заводы – экономия на выплате дивидендов миноритарным акционерам, Балтика – потеря качества продукции, Сбербанк – неповоротливость, Ингосстрах, РОСНО – пренебрежение к рынку страхования физических лиц и т.д. Некоторые компании из этого списка прекратили свое существование. Несмотря на устойчивость позиции и высокую оценку деловой репутации отдельных компаний в данном рейтинге, эксперты отмечают низкий уровень этики их отношений с внутренними стейкхолдерами (нарушение прав миноритарных и мажоритарных акционеров, неэффективность системы корпоративного управления). Конечно, методика этой рейтинговой оценки вызывает сомнение: сбор данных, осуществляемый по текстам интервью с руководителями, на наш взгляд, недостаточно объективен. Не ясно также, насколько объективен анализ этичности поведения в бизнесе. К показателям этичности поведения в этом рейтинге относились: отказ от чрезмерного использования административного ресурса, монопольного положения, невовлеченность в скандалы, связанные с внеэкономическим переделом собственности (коррупция, бизнес с привлечением чиновничества, заказные банкротства). А правомерно ли об этом судить по данным интервью и, в ряде случаев, анкетным данным?

Репутация российских компаний, и в этом можно согласиться с компанией Edelman, страдает от низкого уровня доверия к России, ее позиции в рейтингах по коррупции, нетранспарентности. Нельзя оставить без вни-

мания тот факт, что Россия в рейтингах экономической свободы стоит на последних местах, после Зимбабве и Ботсваны [2].

Из данных одного из опросов топ-менеджеров (П. Авена, П. Теплухина, Ю. Беловой, А. Лившица, О. Шуляковского и др.) следует, что существует понимание того, что неважная репутация дорого обходится российскому бизнесу, отечественные компании мировой бизнес-средой недооценены в десятки раз. П. Авен вспоминает: “Нефтяные компании на Западе торгуются из оценки два миллиарда долларов за один миллион тонн добычи. В России мы купили компанию, которая добывает восемь миллионов тонн, за один миллиард долларов. Получается разница – шестнадцать раз. Но все говорили, что переплатили”. Ключевым объяснением этой огромной разницы в стоимости аналогичных компаний П. Авен считает высокий страновой риск, большую долю в котором имеет репутация страны.

Однако и сами российские компании ведут себя неоднозначно, что подтверждается многочисленными исследованиями в области корпоративного управления, ответственности бизнеса и т.п. Еще в 2006 году в отчете, подготовленном The Economist Intelligence Unit (EIU) по инициативе компании РУСАЛ “Русские идут! Зарождение Российских транснациональных корпораций”, когда было опрошено 332 руководителя высшего звена из различных секторов мировой экономики, отмечалось: “Когда российские многонациональные компании полномасштабно приступят к осуществлению глобальных планов по экспансии на мировой рынок и начнут теснить своих иностранных конкурентов, их имидж станет самым большим препятствием у них на пути” (рис. 2).

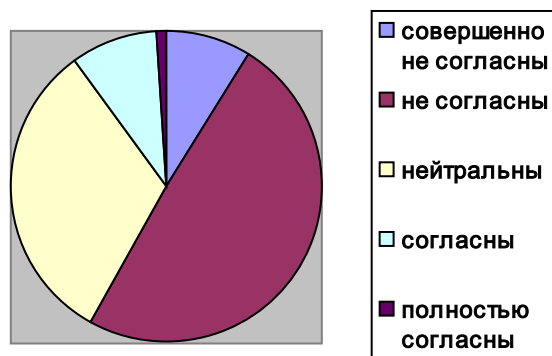


Рис. 2. Являются ли российские компании конкурентами мирового уровня (% от общего числа опрошенных). Источник: The Economist Intelligence.

К. Бабаев, вице-президент российской холдинговой компании “Ал-тима” (сфера коммуникаций) отмечает: “Российские компании пока еще не способны захватывать крупные иностранные фирмы, потому что желающих завладеть этими активами много, а за российскими компаниями... по-прежнему сохраняется отрицательный имидж”.

Исследователи совершенно справедливо отмечают, что низкая деловая репутация мешает успешности слияния отечественных компаний, их эффективному взаимодействию с серьезными деловыми партнерами. Да и осведомленность международных деловых кругов о российских компаниях весьма низка. Из средств массовой информации наиболее известны “Газпром”, “Лукойл”, “Аэрофлот” (свыше 80% руководителей международных компаний слышали о них). Российские компании рассматриваются как активные участники слияний и поглощений только 26 процентами опрошенных. А вот китайские и индийские компании воспринимаются как активные инвесторы. Все респонденты одинаково негативно относятся к таким характеристикам российских компаний, как прозрачность, корпоративное управление, деловая этика и экологическая безопасность, не умаляя в то же время деловые аспекты и профессиональные навыки российских партнеров.

Словом, деловая репутация отечественных компаний нуждается в серьезном улучшении. Приходится соглашаться с фактами низкого уровня доверия к отечественному бизнесу и отсутствием конкретных действий российского топ-менеджмента в области улучшения деловой репутации. Вопросы этики и деловой репутации для российских компаний чаще всего отходят на второй план. В то же время, по данным консалтинговой компании “Эрнст и Янг”, от 30 до 50% успеха компании зависит от ее имиджа и деловой репутации. В рыночной стоимости компаний стоимость репутации составляет в среднем 20-25%, иногда достигает 85% отметки. Вряд ли потенциальный инвестор направит свои средства в нетранспарентную, находящуюся в центре общественных скандалов, хотя и рентабельную компанию. А это означает, что формирование деловой репутации, публичного имиджа компании не менее важно, чем работа над транспарентностью ее деятельности и выстраивания системы управления.

Библиографический список

1. «Барометр доверия Эдельман» 26 февраля, 2010. Результаты для России. [www. Edelman.ru](http://www.Edelman.ru).
2. В поисках ненужных инвестиций // Коммерсант-Деньги. № 46. 3 декабря 2002 г.

Контактная информация:

8 (916) 907 90 03

e-mail: Nadezda5665@yandex.ru

**ФОРМИРОВАНИЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРОВ
КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ПУТЬ
МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ**

**INDUSTRIAL CLUSTERS FORMATION
AS THE EFFECTIVE WAY
OF RUSSIAN ECONOMY MODERNIZATION**

К.А. КОРОБОВ
МАТИ

К.А. KOROVOV
MATI

Аннотация

Автор статьи отмечает важность построения кластеров при формировании национальной инновационной системы России. Данная система, объединяющая ключевые институты государства, экономической, научной и промышленной сферы, предполагает также развитие эффективных коммуникаций между участниками указанных сфер.

Abstract

The author this paper marks cluster construction importance of national Russian innovative system formation. The given system units key institutes of the state, economic, scientific and industrial sphere, assumes development of effective communications between participants of the specified spheres.

Ключевые слова: промышленный кластер, инновационная система, модернизация экономики.

Keywords: industrial cluster, innovative system, economic modernization.

В рамках модернизации экономики и промышленности России на одном из первых по значимости мест стоят вопросы выбора наиболее эффективных форм организации инновационной деятельности. Данные вопросы предполагают осуществление участниками инновационной деятельности осознанного выбора относительно форм и методов организации ключевых инновационных и инвестиционных процессов. Каждая из суще-

ствующих известных и новых организационных форм обладает своими преимуществами и недостатками, которые в совокупности во многом определяют итоговую эффективность реализации инновационных проектов данной структурой. Одним из ключевых макроэкономических процессов в современной экономике можно назвать ее постепенную глобализацию, отражающуюся на развитии микро-, мезо- и макроуровня экономической системы.

Глобализация как системный процесс предполагает не только интеграцию неких абстрактных экономических отношений между государствами, изменение методологических контуров системы международного права, но также непрерывную ресурсную интеграцию между участниками инновационной деятельности [1]. Основной целью такой интеграции является повышение социально-экономической эффективности реализации проектов. В качестве отдельных задач, решаемых в процессе достижения этой цели, можно отметить следующие:

- интеграция инновационных и инвестиционных процессов как основной путь системной и непрерывной инновационной деятельности в промышленности. Подобная интеграция может осуществляться как в рамках государственной инфраструктуры поддержки инновационного предпринимательства и промышленности, так и путем организации коммерческих интегрированных организационных структур;
- оптимизация технологического цикла производства продукции за счет создания цепочки взаимосвязанных технологически и экономически промышленных предприятий;
- оптимизация логистических процессов благодаря организации эффективной цепи поставок необходимого сырья, материалов, транспортировки готовой продукции;
- повышение экономической активности регионов государства как географической среды реализации проектов;
- создание новых высокотехнологичных рабочих мест и другие задачи.

Для решения данных задач, связанных с повышением конкурентоспособности организаций, американским экономистом и ученым М. Портером была сформирована концепция кластеров, представляющих собой *интегрированные организационные структуры, включающие промышленные, инновационные (научные), инвестиционные, инфраструктурные и государственные организации, взаимодействующие и взаимодополняющие друг друга с целью повышения общей конкурентоспособности при реализации проектов*. Одним из основных требований к создаваемым кластерам, являющимся одной из составляющих их экономической целесообразности, следует отметить требование к их географическому расположению. Именно благодаря определенной географической близости входящих в кластер организаций становится возможным получение от их деятельности ряда

существенных экономических эффектов. Так, в зависимости от уровня кластера, по мнению автора, можно выделить три основных типа:

- муниципальный кластер, организации которого находятся в масштабе одного или нескольких муниципальных образований;
- региональный кластер, входящие в который организации расположены в границах одного региона;
- национальный кластер, чьи организационные структуры расположены в масштабе государства.

Так, муниципальный кластер, как правило, является сравнительно небольшим по масштабам, включая в себя ряд достаточно близко расположенных структур. Подобные кластеры в рамках экономической системы могут решать серьезные задачи, но при этом испытывают определенные ограничения с точки зрения доступных производственных мощностей, а также имеющегося в их наличии объема инвестиционного капитала.

Региональные кластеры, являющиеся наиболее популярными в современной экономической системе, представляют собой стратегически важные для государства и бизнеса «точки роста» экономики региона. Как правило, к данному типу можно отнести крупные индустриальные кластеры, способные к реализации сложных и высокочатратных проектов, связанных с выпуском автомобильной продукции, авиационной и космической техники, судостроительной продукции. Наличие в большинстве подобных кластеров развитой сети научных организаций позволяет также говорить о возможности систематического внедрения ими инновационных разработок. Как правило, данный тип кластеров, как при создании, так и при функционировании, имеет возможность использовать механизмы государственной административной и финансовой поддержки. Являясь, по сути, стратегически важным для региона промышленным конгломератом, региональный кластер имеет возможность проведения расширенной диверсификации продукции, по необходимости разрабатывая и запуская в производство новые виды продуктов, новые модели и линейки продуктов. Для решения этих задач он может использовать многоканальную систему инвестирования, часть которой формируется за счет государственных инвестиционных средств, а часть – благодаря привлечению отечественных и иностранных частных инвестиционных капиталов [3].

Национальные кластеры, представляя собой наиболее крупные из возможных интегрированные организационные структуры, как правило, относятся к разряду крупных национальных экономических проектов и создаются на основе отраслеобразующих предприятий и структур. Такие кластеры требуют для своего создания и развития вложения весьма высоких объемов инвестиционных ресурсов, привлекаемых преимущественно из государственных источников (на основе реализации приоритетных программ и проектов экономического и инновационного развития) и предполагают тесную интеграцию таких кластеров с ключевыми институцио-

нальными образованиями государства. Обеспечение такого кластера необходимыми инвестиционными, административными и интеллектуальными ресурсами необходимо для формирования является стратегически важным процессом для всей национальной экономической системы, т.к. структуры подобного уровня, как правило, представляют собой центральные промышленные и корпоративные интеграторы отраслевых процессов. Системообразующий статус национальных кластеров в некоторых случаях делает их трендсеттерами в своих отраслях, позволяя им оказывать прямое влияние на развитие среднесрочных и долгосрочных трендов в рамках своих отраслевых сфер. В качестве наиболее масштабного отечественного национального кластера, представляющего собой ключевое средоточие российского научно-промышленного потенциала, можно назвать государственную корпорацию «Ростехнологии», включающую 439 предприятий различного уровня, относящихся как к военному, так и к гражданскому секторам промышленности. Данная корпорация, впрочем, по своему масштабу скорее включает в себя ряд важных национальных кластеров, представляющих стержневую основу российской промышленности.

По мнению автора, современные кластеры в промышленности обладают высоким потенциалом к интеграции в рамках крупных системных образований, связанных с инновационным развитием промышленной сферы. Их гибкость и адаптивность к изменяющимся условиям рыночной среды, способность к трансформации в соответствии с изменениями в стратегии кластера, возможность достижения глубокой степени интеграции между научными, промышленными и инвестиционными структурами без осуществления юридического объединения участников проекта позволяет считать их наиболее перспективными организационными структурами в условиях глобализации и инновационного развития мировой экономики. В настоящее время кластеры как модель эффективного инновационного роста промышленных организаций становятся все более востребованными также российскими государственными и научными деятелями. Очевидные преимущества кластерной структуризации экономики заключаются также в низких затратах времени, интеллектуальных и финансовых ресурсах, требуемых для построения кластера. Если слияния, поглощения, формирование холдингов и концернов может занимать годы и сотни миллионов инвестиционных средств. Причем в рамках подобных процедур участники могут столкнуться с административными, бюрократическими и юридическими барьерами (особенно в случае создания транснациональных корпораций). Формирование кластера такого же масштаба по времени зависит, прежде всего, от готовности к действиям самих участников, а также от степени их понимания конъюнктуры рынка. Так, в силу недостаточного понимания структуры и потребностей целевого для участников рынка, существует риск формирования неэффективных экономически структур даже путем использования эффективных организационно-экономических меха-

низмов (к которым относятся и кластерные структуры), если создатели кластера недостаточно исследовали рынок, либо решили начать экспансию новой для себя рыночной сферы [5].

С учетом отмеченных выше факторов, отражающих перспективность развития теорий кластеров в экономике, следует отметить важность построения кластеров при формировании национальной инновационной системы России. Данная система, объединяющая ключевые институты государства, экономической, научной и промышленной сферы, предполагает также развитие эффективных коммуникаций между участниками указанных сфер. В случае постоянной инновационной деятельности они нуждаются в таких организационных механизмах, которые позволили бы сохранить баланс между интеграцией в рамках проектов и самостоятельностью как организационных образований. Именно такими структурами и являются промышленные кластеры, сочетающие в себе качества научно-производственных объединений и автономных организаций, обладающих определенной степенью финансовой и юридической свободы при сотрудничестве в рамках инновационного проекта.

Библиографический список

1. Мицуаки С. Эпоха системных инноваций. М.: Секрет фирмы, 2006.
2. Рыжова В.В. ФСА в решении управленческих задач по сокращению издержек. Эксмо. 2009.
3. Переверзев М.П., Логвинов С.И., Логвинов С.С. Организация производства на промышленных предприятиях. М.: Инфра-М, 2006.
4. Кузнецова С.А., Кравченко Н.А., Маркова В.Д., Юсупова А.Т. Инновационный менеджмент. М.: Издательство СО РАН, 2005.
5. Лапин Н.И. Теория и практика инноватики. М.: Университетская книга; Логос. 2008.

Контактная информация:

e-mail: post@mati.ru

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

MODERN METHODS OF COMPETITIVENESS EVALUATION AND IMPROVEMENT

С.В. КРАСИЛЬНИКОВ, аспирант

Кафедра Управления знаниями и прикладной информатики
в менеджменте

Московский государственный университет экономики, статистики и
информатики

S.V. KRASILNIKOV, postgraduate student

Knowledge Management and Applied Informatics in Management
department

Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics

Аннотация

В статье рассматриваются основные методы оценки и методы повышения конкурентоспособности. Описываются современные критерии конкурентоспособности. Определяются основные задачи, стоящие у предприятия, которое хочет влиять на свое конкурентное преимущество.

Abstract

The paper reviews the main methods of evaluating and improving competitiveness. The modern criteria of competitiveness is described. Critical challenges facing the enterprise, which wants to influence their competitive advantage are identified.

Ключевые слова: матричный метод, метод качества, традиционный маркетинг, теория эффективной конкуренции, коэффициент конкурентоспособности предприятия, современная конкурентоспособность.

Keywords: matrix method, quality method, traditional marketing, the theory of effective competition, the rate competitiveness, modern competitiveness.

Существующие в настоящее время методы оценки конкурентоспособности предприятия можно разделить на три группы.

1. Матричный метод, базирующийся на матрице «Бостон Консалтинг Групп» (БКГ). По данной матрице наиболее конкурентоспособными счи-

таются те предприятия, которые занимают значительную долю на быстрорастущем рынке (производители товаров-«звезд»). Применение данного метода затруднено из-за практической сложности получения достоверной информации о деятельности конкурентов.

2. Метод определения конкурентоспособности предприятия по показателям качества выпускаемого продукта (метод качества). Основой данного метода являются утверждения некоторых деятелей рынка о том, что конкурентоспособность предприятия определяется исключительно конкурентоспособностью его товаров. Главным недостатком данного метода является то, что он не затрагивает другие, не менее важные аспекты деятельности предприятия в условиях конкурентной борьбы за покупателя.

3. Метод, основанный на теории эффективной конкуренции, позволяющие более точно определить конкурентоспособность предприятий. В его основе лежит оценка четырех групповых критериев конкурентоспособности:

\mathcal{E}_n – эффективность производственной деятельности предприятия;

Φ_n – финансовое положение предприятия;

\mathcal{E}_c – эффективность организации сбыта и продвижения товара;

K_T – конкурентоспособность товара.

Коэффициент конкурентоспособности предприятия $K_{кп}$ и значения групповых критериев определяются по формулам средневзвешенной арифметической. При этом коэффициенты весовости рассчитываются экспертным методом способом последовательных сравнений.

$$K = 0.15\mathcal{E}_n + 0.29\Phi_n + 0.23\mathcal{E}_c + 0.33 K_T ,$$

где 0.15, 0.29, 0.23, 0.33 – коэффициенты весовости.

Предлагаемая методика при необходимости может быть усовершенствована, во-первых, вводя большее количество оцениваемых групповых критериев и единичных показателей конкурентоспособности, во-вторых, применяя дифференциальный метод определения групповых критериев, дающий более точный результат.

На повышение конкурентоспособности предприятия огромное влияние оказывает рыночная среда, в которой функционирует предприятие, ее особенности. К таким особенностям можно отнести: 1) глобализацию рынка и 2) стремительное развитие всемирной информационной сети.

Очевидно, что конкурентоспособность фирмы (предприятия) – это основной фактор национального развития и корпоративного выживания. Конкурентоспособность фирмы на отдельном рынке определяется, как способность удовлетворять потребности покупателей лучше, чем соперники.

Решение этой задачи требует различных подходов в различное время в зависимости от постоянно меняющихся условий внутренней и внешней

среды. Предприятие должно быть гибким к изменениям внешней среды и своевременно реагировать на эти изменения.

Повышение конкурентоспособности предприятия достигается путем ориентации предприятия на потребителя, улучшения качества продукции, внедрения инновационной политики, более качественного использования ресурсов, в том числе человеческих, улучшения условий работы и ряда других факторов.

Каждое предприятие должно занять определенное конкурентное положение, т.е. такую позицию на рынке по отношению к конкурентам, которая должна быть постоянно нацелена на создание конкурентных преимуществ. Последние обеспечиваются эффективным производством, современным менеджментом, действенной рекламой, грамотной работой с потребителями и др.

Задача заключается в том, чтобы выявить возможность дальнейшей деятельности на основе слабых мест конкурентов и разработать стратегию поведения на рынке с учетом ожидаемой реакции конкурентов. Создание конкурентных преимуществ связано с разработкой комплекса мер в области товара, распределения, цены, стимулирования, обеспечивающего превосходство над аналогичными действиями конкурентов. Маркетинг сегодня означает не столько методы ведения конкурентной борьбы на уничтожение соперника, сколько поиск и создание новых ниш рынка, лучше удовлетворяющих запросы потребителей. Иными словами, успех на рынке сегодня имеет тот, кто: разнообразит ассортимент выпускаемых товаров и предоставляемых видов услуг; увеличивает ценность потребительских свойств своей продукции при одновременном незначительном повышении цены на нее; концентрирует свои усилия на создании новых сегментов рынка и новых рыночных ниш.

Таким образом, можно отметить, что решающим фактором стабильной конкурентоспособности предприятия является не просто производство высококачественной продукции, но и обеспечение ее коммерческого успеха путем создания и поддержания на актуальном уровне ее конкурентных преимуществ.

Контактная информация:

8 (495) 442-73-98

e-mail: info@mesi.ru

**УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНОВ
НА ОСНОВЕ АКТИВИЗАЦИИ МАЛОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, БАЗИРУЮЩЕГОСЯ
НА ИННОВАЦИОННЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЯХ**

**MANAGEMENT OF REGIONAL DEVELOPMENT
ON THE BASIS OF INNOVATION-BASED SME'S ACTIVITY
INCREASE**

А.Р. КУМПИЛОВА, к.э.н.

Зав. кафедрой маркетинга и логистики

Майкопский государственный технологический университет

A.R. KUMPILOVA, Cand. of economic sci.

Head of Marketing and Logistics Department

Maikop State Technological University

Аннотация

В статье исследуются возможности развития предпринимательских структур региона в зависимости от типа используемых инноваций, видовой принадлежности базовой инновации и причине создания предпринимательской структуры, определены наиболее успешные предпринимательские структуры каждого типологического сегмента. Предложен формализованный подход к определению потенциала развития предпринимательства в регионе на основе использования инновационных бизнес-моделей, рекомендуемый к внедрению в практику регионального менеджмента.

Abstract

The paper investigates possibilities and perspectives of regional entrepreneurial units development according to the type of innovation used, type of basic innovation and the reason for entrepreneurial unit creation. Most efficient types of entrepreneurial units for each typological group are defined. A formalized approach towards regional entrepreneurial potential estimation is suggested and recommended to be implemented into regional management procedures.

Ключевые слова: региональная экономика, предпринимательство, потенциал региона, инновационная бизнес-модель.

Keywords: regional economy, entrepreneurship, regional potential, innovative business model.

Управление развитием российских регионов в современных условиях предполагает необходимость создания устойчивой основы роста, что, в соответствии со стратегией развития Российской Федерации, должно быть реализовано в рамках перевода национальной экономики на инновационный путь развития. Вследствие этого одной из ключевых задач государственного управления на текущем этапе развития является создание условий повышения инновационной активности бизнеса, в первую очередь в формате создания малых предприятий, использующих инновационно ориентированные бизнес-модели. В настоящее время решение данной задачи требует формирования институциональных условий для активизации предпринимательской активности, в первую очередь основанной на инновационных бизнес-моделях [1].

Развитие предпринимательских структур при переходе от эффективной экономики (в терминологии Global Entrepreneurship Monitor) к инновационной обладает рядом особенностей, среди которых необходимо выделить:

1) различные типы используемых в бизнес-моделях инноваций (открытые инновации, доступ которым обеспечен значительному количеству потенциальных пользователей и закрытые инновации, доступ к которым есть только у разработчиков);

2) видовую принадлежность базовой инновации, используемой предпринимательской структурой в бизнес-модели (производственная, финансовая, управленческая, либо смешанная инновация);

3) причины создания предпринимательской структуры собственниками (предпринимательство возможностей, предполагающее выбор предпринимательской карьеры вследствие отсутствия иных вариантов самообеспечения, и предпринимательство совершенствования, в рамках которого предприниматель мотивируется возможностью улучшения и удовлетворения определенных уникальных потребностей клиентов) [2].

В зависимости от сочетания типов приведенных выше признаков формируются различные сегменты предпринимательского пространства, в рамках которых могут развиваться основанные на инновационных бизнес-моделях структуры, реализация которых предполагает минимально возможные в инновационно среде риски внешней и внутренней среды.

Рассмотрим в первую очередь варианты развития вынужденного предпринимательства. Так, если малое предприятие региона создается в пространстве открытых производственных инноваций, наибольшей эффективностью будут обладать малые инновационные компании, использующие конкурентное преимущество доступности ключевых ресурсов и ориентированные на промышленного потребителя своей продукцией, что позволит максимизировать его эффективность. В случае, когда предпринимательская структура развивается в пространстве закрытых производствен-

ных инноваций, наиболее рациональным представляется развитие серийного предпринимательства, ориентированного на удовлетворение потребностей промышленных покупателей и реализующего стратегию фокусирования на уникальном продукте, основанном на собственной производственной инновации. При формировании предпринимательских структур в пространстве открытых финансовых инноваций приоритетным направлением развития инновационной фирмы становится создание малой виртуальной компании, специализирующейся на оказании уникальной финансовой услуги, основным конкурентным преимуществом которой является оперативная обработка финансовой информации. Развитие в пространстве закрытых финансовых инноваций предполагает, что успешными будут малые инновационные компании, взаимодействующие с крупными финансовыми институтами в рамках обеспечения последних уникальной услугой, причем прибыльность таких компаний зависит от уровня защиты финансовой инновации и сохранения долгосрочного сотрудничества с выбранным финансовым институтом. Далее, пространство открытых управленческих инноваций способствует формированию эффективных инновационных компаний в сфере управленческого консалтинга, конкурентное преимущество которых обусловлено качеством адаптации открытых управленческих инноваций к потребностям заказчика. Развитие малых предприятий на основе закрытых управленческих инноваций будет наиболее эффективным в случае формирования образовательных центров, реализующих различные программы управленческой переподготовки, базирующиеся на собственной управленческой инновации и ее дальнейших модификациях. Такая форма может быть и побочным видом бизнеса для успешной финансовой или производственной компании.

Предпринимательство совершенствования на основе открытых производственных инноваций может развиваться в формате предпринимательских структур, ориентированных на удовлетворение потребностей промышленных и государственных покупателей при условии реализации стратегии лидерства по издержкам в избранном сегменте рынка. В свою очередь, предпринимательство совершенствования на основе закрытых производственных инноваций как сегмент пространства наиболее благоприятно для развития предпринимательских структур, выполняющих работы и услуги в формате аутсорсинга с использованием собственной производственной инновации при условии наличия широкого спектра покупателей. Предпринимательство совершенствования на основе открытых финансовых инноваций может развиваться в формате малых и средних предпринимательских структур в сфере консультирования конечных потребителей услуг компаний финансового сектора, использующих высокое качество услуг как базовое конкурентное преимущество. Далее, предпринимательство совершенствования на основе закрытых финансовых инноваций предполагает активное развитие малых инновационных компаний, ориен-

тированных на совершенствование существующих платформ оказания финансовых услуг, либо на расширение спектра потребителей. В сегменте предпринимательства совершенствования на основе открытых управленческих инноваций эффективны малые инновационные компании, реализующие свою деятельность в сфере реорганизации управленческой деятельности действующих предприятий реального и финансового секторов экономики. Наконец, в пространстве предпринимательство совершенствования на основе закрытых управленческих инноваций наибольшей эффективности, как правило, достигают малые инновационные компании, встраивающиеся в систему управления действующими компаниями в целях исполнения специализированной управленческой функции с использованием собственной инновации.

Эффективное регулирование развития предпринимательских структур в регионе предполагает стимулирование создания структур, приоритетный тип которых определяется на основе оценки потенциала инновационного предпринимательства, определяемого в соответствии с выявленными страновыми и региональными особенностями предпринимательского пространства следующим образом:

$$PN_{IE} = f(IT, BI, EUT),$$

где PN_{IE} – потенциал развития инновационного предпринимательства;

IT – состояние пространства инновационного предпринимательства по критерию открытости инноваций;

BI – состояние пространства инновационного предпринимательства по структуре базовых инноваций;

EUT – состояние пространства инновационного предпринимательства по типу создаваемых предпринимательских структур.

При этом выбор функции в (1) определяется типом, структурой и динамикой макро- и мезосреды развития инновационного предпринимательства. Полученный результат, в свою очередь, позволяет четко определить, в каком направлении должно осуществляться стимулирование предпринимательской деятельности на мезоуровне.

Применение предложенной модели в практике регионального управления позволит обеспечить создание условий развития предпринимательских структур, деятельность которых основана на инновационной бизнес-модели, что будет способствовать эффективному переходу на инновационный путь развития на мезоуровне. Такой подход, в свою очередь, позволит не только обеспечить максимизацию прибыли предпринимательских структур региона за счет использования конкурентных преимуществ, но также сформировать устойчивую основу конкурентоспособности региона и диверсификацию экономики. Это, в свою очередь, полностью соответствует заявленным стратегическим целям развития России и ее регионов.

Библиографический список

1. Апарина Н., Курбатова М. Взаимодействие региональной администрации и бизнеса в процессе использования ресурсов региона // Вопросы экономики. 2003. № 11.

2. Filatotchev I., Allcock D. Corporate Governance and Executive Remuneration: A Contingency Framework. Academy of Management Perspectives, February 2010.

Контактная информация:

8 (8877) 52-32-42

e-mail: mgtu_umu@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

REGIONAL INNOVATION SYSTEM CREATION AND DEVELOPMENT IN RUSSIAN CONTEMPORARY ECONOMIC ENVIRONMENT

А.Н. ЛАГОДЮК, к.т.н., докторант

Кафедра промышленной коммерции и маркетинга

Казанский национальный исследовательский технический
университет им. А.Н. Туполева

A.N. LAGODYUK, Cand. of economic sci., Doctoral cand.

Industrial Commerce and Marketing Department

Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev

Аннотация

В статье аргументирована правомерность выделения в составе национальной инновационной системы (НИС) региональной инновационной системы (РИС) как совокупности отношений, участниками которых выступают собственники интеллектуального капитала, инновационные предприятия, инвесторы, а также федеральные и региональные органы власти и местного самоуправления, гарантирующие стабильность формальных правил.

Abstract

The paper argues that regional innovation system is to be revealed within national innovation system (NIS) and the said regional innovation system (RIS) is an entity of relations between owners of intellectual capital, innovational enterprises, investors, and federal and regional government as well as municipal government who guarantee the stability of relevant formal rules.

Ключевые слова: региональная экономика, региональная инновационная система, инновации, программно-целевой метод управления.

Keywords: regional economy, regional innovation system, innovations, program goal oriented management method.

Реализация обозначенной Президентом РФ Д.А. Медведевым парадигмы социально-экономического развития, обозначенной как «Институты, Инвестиции, Инновации, Инфраструктура, Интеллект», предполагает становление региональных экономических систем. При этом сбалансированное развитие научного, высокотехнологичного и образовательного секторов экономики выступает реальной альтернативой господствующему экстенсивному типу воспроизводственной динамики, что подтверждается наличием уникальной научно-производственной базы и необходимого числа высококвалифицированных кадров. Отечественные компании активизируют процессы технико-технологической модернизации основного капитала, чему способствует создание технопарков, технополисов и внебюджетных фондов поддержки инноваций общегосударственного и регионального масштабов. Реализация идеи конкурентных преимуществ российской экономики на основе инновационных подходов предполагает необходимость совершенствования существующих и освоения качественно новых организационно-управленческих и финансово-экономических технологий; развитие производства на основе внедрения сертифицированных систем управления качеством; переход от преимущественно ценовой к неценовой конкуренции, основой которой является «всеобщее качество» и новизна; разработку и продвижение на рынок принципиально новых товаров и услуг и др. Исчерпание источников экстенсивного роста в значительной части российских регионов, острая потребность в непосредственном применении инноваций в конкретных отраслях производства и сферах деятельности человека подтверждает тезис о новой роли механизмов институционального проектирования на макро- и мезоэкономических уровнях.

Однако переход отечественной экономики на инновационный путь развития усложняется рядом обстоятельств, среди которых следует отметить несоответствие объема и структуры финансирования масштабам деятельности, высокую степень морального и физического износа производственных фондов, низкий уровень инновационной восприимчивости экономики. Инновационный потенциал субъектов хозяйствования недостаточно ориентирован на реализацию научных достижений в производстве и других сферах деятельности. Так, согласно официальным данным, разработку и внедрение технологических инноваций осуществляют около 5% промышленных предприятий (в развитых странах 80-87%); на наиболее перспективные инновации расходы субъектов хозяйствования составляют 2,5%, при этом используется 8-10% инновационных идей и проектов (в Японии – 95%, в США – 62%); из 500 запатентованных изобретений находит применение только одно. Доля высокотехнологичной продукции в структуре отечественного экспорта составляет лишь 8%, тогда как в США данный показатель равен 32%, в Японии – 26%, в Китае – 20% [4]. По данным Всемирного банка, Россия находится на 11-е место из 25 по уровню

развития «экономики знаний» среди стран Восточной Европы и постсоветского пространства в связи с тем, что субъекты хозяйствования не могут в должной мере решить задачу преобразования научных исследований в экономически прибыльные продукты. Наряду с другими процессами, протекающими в инновационной сфере, следует выделить отток научных кадров за рубеж [1]. Все это предопределило цель и задачи работы.

Целью работы является исследование содержания и структуры региональной инновационной системы, а также определение основных направлений ее развития.

Задачами работы выступают: анализ причин, препятствующих реализации инновационного потенциала российской экономики, выявление содержания и составляющих региональной экономической системы, определение показателей ее развития, разработка рекомендаций региональным органам власти по формированию мер регионального регулирующего воздействия.

Фундаментальная роль инноваций, информации и знания в общественном воспроизводстве обоснована в работах Д. Белла, П. Друкера, М. Кастельса, М. Поланьи, Ж. Сапира, Л. Туроу, Ф. фон Хайека и др. В работах Н.Д. Кондратьева, П. Сорокина, Й. Шумпетера, С. Кузнецца, Ф. Броделя, Г. Менша были заложены основы теории инноваций в ритме циклично-генетических закономерностей развития общества.

В трудах российских ученых (Л.И. Абалкина, А.И. Анчишкина, Л.С. Бляхмана, Т.У. Бунина, Н.В. Гапоненко, Л.М. Гатовского, С.Ю. Глазьева, Ю.А. Кармышева, В.И. Кушлина, Д.С. Львова, Е.С. Майминаса, Ю.М. Осипова, К.И. Таксира, А.Ю. Юданова, Ю.В. Яковца и др.) исследован широкий круг теоретических и практических проблем повышения эффективности производства в результате осуществления инновационной деятельности. Исследования в области регулирования государством инновационных процессов в условиях трансформационной экономики осуществлялись в работах В.С. Автономова, Г.Г. Богомазова, В.Л. Иноземцева, В.В. Радаева, Р.И. Капелюшниковой, В.А. Мосейко, Ф.Ф. Рыбакова, В.Т. Рязанова, И.И. Столярова, С.И. Шарапова и других отечественных экономистов.

Сохраняющееся отставание России к началу XXI века от большинства развитых стран по ряду показателей, характеризующих развитие инновационной сферы, в значительной степени обусловлено отсутствием системных исследований по проблемам формирования действенной институциональной среды инновационных отношений в отечественной экономике в целом и в ее регионах, что делает невозможным разработку научно обоснованных и действенных практических рекомендаций для властных структур и предпринимательских организаций.

Анализ состояния инновационных отношений в Самарской, Нижегородской областях и Республике Башкортостан показывает, что в данных российских регионах отсутствует целостная система институционального

проектирования инновационных отношений, так как отсутствуют чёткие измеримые цели; конкретная система оценки результатов инновационной деятельности и мероприятия по её развитию; конкретные механизмы финансирования инновационной деятельности. Кроме того, основные показатели инновационной деятельности в рассмотренных областях (доля отгруженной инновационной продукции, затраты на исследования и разработки, число инновационно-ориентированных организаций и др.) имеют неустойчивую, а в некоторых случаях – отрицательную динамику.

Анализ позволил определить основные факторы, обуславливающие необходимость и неизбежность инновационного характера развития Республики Татарстан, а именно: истощение нефтяных запасов вследствие снижения рентабельности добычи нефти, что, в свою очередь, может в перспективе привести к разрушению нефтехимического комплекса; дефицит энергоносителей для промышленности. Анализ конкурентных преимуществ и стратегических ресурсов позволил сделать вывод о возможности формирования региональной инновационной системы (РИС), чему способствует высокий научный потенциал; наличие квалифицированных кадров; эффективная инфраструктура; наличие неиспользуемых мощностей в различных отраслях; выгодное географическое положение. Региональная инновационная система может быть определена как элемент национальной инновационной системы, обеспечивающий переход к инновационному пути развития региона, создание условий для разработки, постановки на производство и выпуска высокотехнологичной, конкурентоспособной на мировом и отечественном рынках продукции [2].

На современном этапе элементом институционального проектирования инновационных отношений в Республике Татарстан является Программа развития инновационной деятельности в Республике Татарстан на 2004-2010 гг. К преимуществам рассматриваемого документа относится попытка создать систему, регулиующую развитие инновационной деятельности в республике с целью повышения эффективности ее формирования и функционирования, а также концентрация усилий по вопросам совершенствования инновационной инфраструктуры. В то же время опыт реализации Программы показал, что цель региональной инновационной политики имеет неясный характер; не разработаны серьезные и детальные подходы к выработке определений, регламентирующих инновационную деятельность в РТ; отсутствуют определения миссии и стратегической цели Программы; не обоснована необходимость государственной поддержки инновационной деятельности; не определен порядок страхования инновационной деятельности, а также франчайзинга; отсутствуют отчеты о ходе реализации Программы. На основе выявленных недочетов предложены мероприятия по совершенствованию Программы развития инновационной деятельности в Республике Татарстан на 2004-2010 гг. [3].

Исследование показывает, что в настоящий момент Программа не

решает возложенные на нее задачи, так как численность научных работников и специалистов, выполняющих научные исследования и разработки, а также число предприятий, занимавшихся инновационной деятельностью в период с 2000 по 2009 гг., имеет ярко выраженную отрицательную динамику; отсутствует положительная динамика числа предприятий, занимавшихся инновационной деятельностью в РТ в период с 2000 по 2009 г.; внутренние затраты на исследования и разработки в Татарстане в пять раз меньше, чем в Нижегородской области и более чем в два раза меньше, чем в Самарской области; число созданных и использованных передовых производственных технологий незначительно.

Представляется целесообразным выделение в рамках стратегической Цели Программы выделить подцели, а именно: политические, экономические, структурные, нормативно-правовые, научно-технические и социальные.

В качестве показателя зрелости региональной инновационной системы и эффективности мер институционального регулирования целесообразно использовать показатель доли прироста ВРП за счет производства наукоемкой продукции, который должен быть выше 80%, а также соотношение темпов роста закупок промышленностью наукоемких технологий и темпов роста финансирования фундаментальных исследований (последние должны быть выше).

Таким образом, выделение в составе национальной инновационной системы региональных составляющих, разработка системы показателей, отражающих особенности их развития, является необходимым условием формирования эффективных мер регионального регулирующего воздействия.

Библиографический список

1. Акопов В.С., Дагаев А.А. Государственная инновационная политика в условиях перехода к рыночной экономике. М.: МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2008.
2. Инновационная политика и инновационный бизнес в России // Аналитический вестник Совета Федерации ФС РФ. Специальный выпуск к пятому Петербургскому экономическому форуму. 2001. № 15 (146).
3. Источники и факторы развития инвестиционной деятельности в России в начале нового тысячелетия // Аудит и финансовый анализ. 2007. № 5.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики <http://www.gks.ru/>.

Контактная информация:

e-mail: argo@pochta.ru

ПОНЯТИЕ «МЕТОДА ФОРСАЙТА» И ЕГО МЕСТО В СИСТЕМЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

CONCEPT «FORSYTE'S METHOD» AND ITS PLACE IN FORECASTING SYSTEM

А.Н. ЛАНСКИХ, канд. военных наук, декан
Финансовый университет при Правительстве РФ

A.N. LANSKYKH, Cand. of Military Sci., Dean
Finance University under the Russian Government

Аннотация

С целью определения направлений развития сложных систем в разных областях деятельности в ведущих развитых странах в последние десятилетия активно применяется метод Форсайт в качестве эффективной методологии для оценки будущих направлений развития технологии, прогнозирования социально-политических процессов на уровне макро-, мезо- и микроэкономики. Статья дает общее представление о данном термине.

Abstract

For the purpose of complex systems development directions definition in different spheres of activity in the leading developed countries last decades the method of Foresight as effective methodology is actively applied for the future directions technology' development estimation, forecasting of sociopolitical processes at level macro-, meso- and micro-economics. The paper gives the general representation of the concept.

Ключевые слова: метод Форсайта, система прогнозирования, достоверность прогноза, стратегическое планирование.

Keywords: foresight's method, forecasting system, reliability of the forecast, strategic planning.

Предсказание или предвидение будущего относится к классу глобальных задач, которые существуют во всех сферах деятельности: социально-общественной, политической, научной, экономической и в других областях, которые целенаправленно управляются людьми или относятся к природным явлениям.

В любых областях деятельности наиболее распространенной задачей прогнозирования является следующая последовательность действий:

– определение возможных допустимых альтернатив событий, происходящих с объектом, или его состояний, которые предшествуют прогнозу, которые принято называть априорными событиями или состояниями [1];

– исследование свойств случайных «траекторий», по которым изменяются состояния объекта, приводящие к новым состояниям, которые и являются предметом прогноза;

– анализ новых альтернатив, которые принято называть апостериорными событиями или состояниями – результат прогноза.

Прямой перевод термина Форсайт на русский язык – это «видение будущего». По определению Б. Мартина, Форсайт представляет собой «процесс, связанный с систематической попыткой заглянуть в отдаленное будущее науки, технологии, экономики и общества с целью определения областей стратегических исследований и технологий, которые вероятно могут принести наибольшие экономические и социальные выгоды» [3].

Методология Форсайт отличается от традиционного прогнозирования, футурологии (изучения будущего) и стратегического планирования и не сводится к предсказанию: это методология организации процесса, направленного на создание общего у участников видения будущего, которое стремятся поддержать все заинтересованные стороны своими сегодняшними действиями. Таким образом, эта методология связана не с предсказанием будущего, а скорее с его формированием, что позволяет считать Форсайт специфическим инструментом управления технологическим развитием, опирающимся на создаваемую в его рамках инфраструктуру.

Форсайт эффективен при решении задачи прогнозирования для объектов, которые могут оказывать активное воздействие на внешнюю среду и имеют возможность изменять свое состояние для достижения будущих желаемых состояний. Этим признакам соответствуют экономические объекты всех уровней сложности, потому что они, в отличие от объектов природы, созданы в процессе целенаправленной деятельности и при этом подвержены факторам неопределенности и риска.

Поэтому автор предлагает рассматривать метод Форсайт не как инструмент прогнозирования будущего состояния экономического объекта, а как подход к определению ресурсов, имеющихся в настоящее время для достижения будущих желаемых значений экономических показателей. Форсайт как особая технология прогнозирования объединяет основные функции управления экономической системой – планирование, контроль и принятие решений.

Итак, Форсайт – это комплексный механизм, достигающий результатов за счет сочетания всей системы используемых методов. При проведении Форсайта могут быть использованы различные инструменты анализа (в некоторых странах – до десяти), работы с информационными потоками,

работы с экспертным сообществом и др. Среди них чаще всего используются метод Дельфи, SWOT-анализ и/или анализ информационных потоков, методика фокус-групп или панелей экспертов и сценарное планирование. Определяющее место в этой работе занимают аналитические методы, задающие граничные условия и форматы создания опросных панелей, и создание сценарных вариантов развития, определяющие связность образов будущего и сопряженных с ними стратегий.

Изначально идеология и методология Форсайта были представлены в виде так называемого Форсайт-треугольника, позволяющего комбинировать различные методы в том или ином Форсайт-проекте. На вершине этого треугольника располагаются ключевые факторы, обеспечивающие успех работы с экспертами: креативность, извлечение экспертного знания и взаимодействие. Расположение методов Форсайта внутри треугольника соответствует их «притяжению» к тому или иному его углу. В частности, к углу «взаимодействие» относятся такие методы работы, как обратный прогноз, ролевые игры, сценарные семинары, панели населения, конференции, семинары, интервью, мозговой штурм, взаимное влияние, карта руководителя, фокус-группы и др. К углу «экспертиза» – провидение, логические модели, игровая симуляция, SWOT, Дельфи, дорожные карты, панели экспертов, критические технологии, приоритеты и т.д. К углу «креативность» – научная фантастика, написание сценариев, эссе и др.

Идея треугольника заключалась в том, чтобы задействовать в любом Форсайт-проекте комбинацию методов, обеспечивающих успешную реализацию всех трех функций, соответствующих его вершинам.

В работах И. Майлса и Р. Поппера было предложено добавить еще одну вершину – «доказательность» – и тем самым превратить треугольник в ромб (в оригинале – Foresight Diamond) [4].

Угол «доказательность» втягивает в себя следующие методы и жанры работы: индикаторы, экстраполяция, обзор литературы, патенты и др. Постоянное развитие методов естественным образом используется Форсайтом, усложняя систему его методов. Но ориентация на четыре вектора Форсайта остается значимой и принципиальной, задавая определенные технологические особенности и правила его применения [2].

Методика «Форсайт» изначально была разработана не для предсказания будущего, а скорее как средство согласования позиций лиц, принимающих решения (ЛПР). По сути, эта методика представляет собой своеобразный «круглый стол», участники которого обмениваются своим видением перспектив развития в тех или иных областях. Свободный формат дискуссии обеспечивает возможность высказать самые различные предположения и гипотезы, а также обсудить возможные последствия тех или иных событий и реакций на них. В итоге участники получают некое общее представление о перспективах развития и о действиях в той или иной ситуации. Существует подход, согласно которому Форсайт – скорее полити-

ческий инструмент, чем методика исследований. Однако, по мнению автора, это слишком узкое представление о методологии Форсайт.

Форсайт различен по охвату временного лага, или временному горизонту: он может быть средне- или долгосрочным, но обязательно должен быть поэтапным и носить характер мониторинга.

Особое внимание в работах по методологии Форсайт уделено созданию коммуникативных площадок для лиц, готовящих и принимающих решения (представителей министерств и ведомств, организаций бизнеса, научных организаций и ведущих экспертов). Реализация постоянных экспертных процедур и формирование экспертного сообщества для оценки и согласованного выбора перспективных научных и технологических направлений обеспечивает валидность прогноза и эффективное использование его результатов.

В качестве причин актуальности методологии Форсайта можно назвать следующие:

– динамика увеличения цены научных исследований, их мультидисциплинарность при ограниченности исследовательских бюджетов государств в современных условиях;

– наличие сетевых взаимодействий, возникающих в процессе проведения Форсайтов между многочисленными экспертами, которые следует рассматривать в качестве двигателя развития в новой экономике;

– активизация со стороны Европейского Союза и других международных организаций (в частности, UNIDO) к стимулированию проведения Форсайтов.

Таким образом, в мировой науке и практике Форсайт зарекомендовал себя как эффективная методология для оценки будущих направлений развития технологии («технологический Форсайт»), прогнозирования социально-политических процессов, экологических проблем и образования, стратегического прогнозирования экономических объектов макро-, мезо- и микро-уровней, а также для решения задач управления системой высшего образования, что является одной из самых современных методологий прогнозирования.

Библиографический список

1. Бондаревский А.С. Метрология информационных операций. Теория рисков // Электронная техника. Серия 3. Микроэлектроника. 1996. – № 1 (150). С. 73-74.

2. Крымова Э.И. Форсайт как политическая коммуникативная технология // Известия АГУ. 2009. № 4-4 (64).

3. Martin, Ben R. Technology Foresight in a Rapidly Globalizing Economy. SPRU – Science and technology Policy research, University of Sussex, 1995.

4. Popper R. Methodology: Common Foresight Practices & Tools, in Georghiou, L. et al., International Handbook on Foresight and Science Policy: Theory and Practice. Edward Elgar, 2007.

Контактная информация:

e-mail: oei@dofa.ru

ФИНАНСОВОЕ ОБОСНОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

FINANCIAL SUBSTANTIATION OF THE ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY

А.А. ЛАРИОНОВА, к.э.н.

Зав. кафедрой «Менеджмент»

Институт туризма и гостеприимства (РГУТиС)

A.A. LARIONOVA, Cand. of Economic Sci.

Head of «Management» Department

Institute of tourism and hospitality (RGUT&S)

Аннотация

В статье рассмотрено содержание основных этапов финансового обоснования стратегии развития гостиничного бизнеса. Финансовое обоснование стратегии развития включает оценку финансового потенциала, определение финансовых факторов стоимости и оценку стратегических альтернатив.

Abstract

The paper deals with maintenance of the basic stages of the hotel business development strategy financial substantiation. The financial substantiation of development strategy includes an financial potential estimation, financial cost factors definition and strategic alternatives estimation.

Ключевые слова: стратегия, финансовое обоснование, факторы стоимости, гостиничный бизнес, стратегические альтернативы.

Key words: strategy, financial substantiation, cost factors, hotel business, strategic alternatives.

Современные тенденции развития гостиничного бизнеса, интеграция России в систему мирохозяйственных связей и ужесточения конкуренции, предполагают наличие отлаженных механизмов стратегического управления и постоянного совершенствования бизнес-процессов. Гостиничный бизнес становится сферой интересов не только гостиничных цепей, но и российских компаний из других отраслей, что свидетельствует о стремлении к развитию и диверсификации своей деятельности.

Недостаточная обоснованность стратегии развития, фрагментарность использования новых финансовых технологий, неполный учет внутренних и внешних факторов финансовой среды, отсутствие четких финансовых приоритетов снижает инвестиционную привлекательность гостиничного бизнеса. Усиление стратегических акцентов в корпоративном менеджменте, в свете которых приобретена не столько текущая прибыль, сколько прибыль будущих периодов и источник ее генерирования [1, с. 7] обуславливает необходимость совершенствования методологии финансового обоснования стратегии развития.

Следовательно, при разработке стратегии развития гостиничного бизнеса требуется учитывать возможности сочетания источников финансирования, перспективы экономического роста, необходимость и направления изменений.

Финансовое обоснование стратегии развития это технология оценки финансового потенциала, определение финансовых факторов стоимости и прогнозирование на их основе финансовой позиции гостиничного бизнеса.

Исходя из данного положения и следуя логике построения алгоритма финансового обоснования, на первом этапе должна осуществляться диагностика финансового состояния и результатов деятельности на основании традиционных приемов и методов финансового анализа, затем дается оценка текущей стоимости гостиничного бизнеса. Для обоснования финансовых процедур изменений в деятельности исследуемого объекта при отсутствии рыночного рейтинга также должно осуществляться сопоставление сильных и слабых сторон с конкурентами.

Второй этап финансового обоснования предполагает декомпозицию финансовых факторов стоимости и оценку степени влияния каждого из них на стоимость, т.е. построение модели чувствительности факторов стоимости или иерархии факторов гостиничного бизнеса.

Третий этап – оценка стратегических решений. Прогнозирование является основным методом позволяющим оценить генерирование денежных потоков гостиничного бизнеса и изменение его стоимости. Его специфика при финансовом обосновании заключается в альтернативности стратегий развития, обеспечивающих различные изменения стоимости, и представляет собой разработку варианта стратегии развития. Суть данного этапа финансового обоснования стратегии развития заключается в сопоставлении стоимости исследуемого объекта и ценности стратегических альтернатив [2, с. 15].

Таким образом, рассмотренный алгоритм финансового обоснования стратегии развития позволит повысить конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность гостиничного бизнеса.

Библиографический список

1. Хотинская Г.И., Тютюкина Е.Б., Серегина Е.Ю. Методологические аспекты стоимостно-ориентированного управления компанией: монография. М., 2011.

2. Паламарчук В.П. Методология финансового обоснования стратегических решений в российских корпорациях. Автореферат на соискание ученой степени д.э.н. М., 2008.

Контактная информация:

+7 (916) 142-59-48

e-mail: annla@list.ru

**ПРИМЕНЕНИЕ СБАЛАНСИРОВАННОЙ
СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ
В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ РЕГИОНАМИ**

**BALANCED SCORECARD IMPLEMENTATION
IN PROCESSES OF REGIONAL MANAGEMENT**

В.П. МАЛАХОВ, к.э.н., доцент
Кафедра менеджмента
Университет управления «ТИСБИ»

V.P. MALAKHOV, Cand. of Economic Sci., Ass. professor
«Management» Department
«TISBI» University of Management

Аннотация

В статье рассматриваются основные положения формирования системы сбалансированных показателей. Определяются основные элементы данной системы, выявляются ее особенности, способствующие возможности внедрения системы сбалансированных показателей в практику регионального менеджмента. В заключение уточняются специфические особенности применения сбалансированной системы показателей, возникающие при ее адаптации к целям регионального управления.

Abstract

The paper investigates main theoretical foundations of balanced scorecard approach. Main elements of balanced scorecard system are defined together with their specific features which allow one to implement balanced scorecard in processes of regional management. To make a conclusion we define specific features which occur in case of balanced scorecard implementation into managerial practices at the regional level.

Ключевые слова: региональная экономика, управление регионами, сбалансированная система показателей, мезоуровневая социально-экономическая система.

Keywords: regional economy, regional management, balanced scorecard, mezolevel socio-economic system.

В современных условиях развития национальных социально-экономических систем все большую значимость приобретают вопросы рационального управления, в том числе в части взаимодействия их подсистем, что, в свою очередь, обуславливает актуальность обеспечения эффективности регионального менеджмента как ключевой составляющей управления страновыми экономическими системами. Данное обстоятельство обеспечивает необходимость исследования возможностей адаптации механизмов управления, применяемых на микроуровне, к условиям мезоуровневого менеджмента, принимая во внимание многоплановость и многоаспектность последнего, что, в частности, может быть реализовано в рамках сбалансированной системы показателей.

Необходимо отметить, что большинство современных теорий управления, оперируют многоуровневыми оценками определенных явлений, сформулированных практикующими руководителями на основе их личного опыта. Данное положение в первую очередь относится к одной из наиболее значимых теорий современного стратегического управления: системе сбалансированных показателей. В приведенном авторами данной концепции гипотетическом примере, иллюстрирующем особенности рационального управления, обосновывается абсурдность попытки управления современным предприятием на основе оценки только одного показателя, что достаточно часто имеет место, поскольку применение единого показателя, (например, эффективности) значительно упрощает реализацию управленческих процессов [1]. Теоретики сбалансированной системы показателей как раз пытаются обозначить, что эта простота зачастую оборачивается в реальности отсутствием управляемости.

Еще один теоретик сбалансированной системы показателей, П. Нивен, в целях иллюстрации необходимости сбалансированной системы показателей для осуществления эффективного управления организацией, прибегал к анализу причин краха компании Enron. «В ответ на ставшие известными широкой общественности махинации, предпринимаемые в залах заседаний советов директоров по всей стране, народ требует более полного раскрытия информации. Обоснованием тому служит мнение: чем больше нам известно о финансовом положении компании, тем больше у нас возможностей доведаться об истинном состоянии ее операций. 30 июля 2002 года президент Дж. Буш сделал серьезный шаг в этом направлении, подписав законодательный Акт Сарбейнса-Оксли, принятие которого было во многом обусловлено выявленными причинами банкротства компании Enron. Под его действие подпадают все компании, которые обязаны сдавать периодические отчеты в Комиссию по ценным бумагам. Сторонники этого акта считают, что он представляет собой наиболее перспективный из всех законодательных документов по ценным бумагам, принятых в США за многие годы. ... Нам нужно выявить реальные механизмы создания и уничтожения стоимости (ценности), в конечном итоге выраженные в фи-

нансовых результатах. Даже на Уолл-стрит начинают выступать с призывами к более подробной отчетности. Аудиторская фирма PricewaterhouseCoopers задала организациям-инвесторам и биржевым аналитикам вопрос о том, какие показатели являются для них наиболее важными. Как вы могли догадаться, доходы и расходы упоминались постоянно [2]. Но наряду с ними говорилось и о таких нефинансовых индикаторах, как доля рынка, разработка новых продуктов и декларации о стратегических целях. В этом, наверное, есть особый смысл. Фирма Hewitt Associates нашла доказательства тому, что компании, строго придерживающиеся традиционных (финансовых) метрик, обычно оказываются в отстающих, когда речь идет о выплатах акционерам.

У данного автора дано также точное определение, в чем заключается «сбалансированность» в рамках рассматриваемой методологии. Концепция «баланса» (равновесия) является центральной для этой системы, особенно по отношению к трем областям:

- Баланс между финансовыми и нефинансовыми индикаторами успеха.
- Баланс между внутренними и внешними компонентами организации.
- Баланс между запаздывающими и опережающими индикаторами. Запаздывающие индикаторы отражают прошлые результаты деятельности. Типичными примерами могут служить удовлетворенность клиентов или доход. Напротив, опережающие индикаторы представляют собой факторы деятельности, которые приводят к возникновению запаздывающих индикаторов. Время ответа на запрос является опережающим индикатором для запаздывающего показателя удовлетворенности клиента.

Одним из принципов сбалансированной системы показателей является условие информационной доступности для работников компании всех уровней. Служащие «переднего края» должны понимать, каковы финансовые последствия их решений и действий; топ-менеджеры обязаны осознавать, что приведет компанию к долговременному финансовому успеху. Цели и показатели их выполнения для сбалансированной системы — нечто большее, чем сиюминутный набор финансовых и нефинансовых параметров; они возникли как результат иерархического процесса, определяемого стратегией компании в целом. Задача ССП состоит в том, чтобы трансформировать миссию компании в конкретные, вполне осязаемые задачи и показатели. Эти показатели представляют собой баланс между внешними отчетными данными для акционеров и клиентов и внутренними характеристиками наиболее значимых бизнес-процессов, инноваций, обучения и роста. Это равновесие между показателями результатов прошлой деятельности и будущего роста. Сама система представляет собой сочетание объективных, легко поддающихся количественному учету результатов

и субъективных, в некоторой степени произвольных параметров будущего роста [1].

Далее, сбалансированная система призвана трансформировать стратегию в задачи и показатели, сгруппированные по четырем различным направлениям, таким, как финансы, клиенты, внутренний бизнес-процесс, обучение и повышение квалификации. Она предоставляет собой механизм распространения стратегии; в рамках которого с помощью системы оценочных критериев сотрудники информируются о движущих факторах настоящего и будущего успеха. Формулируя эти конечные результаты и способы и методы их достижения, менеджеры высшего звена должны направить энергию, способности и профессиональные знания работников в русло достижения долгосрочных целей.

Четыре составляющих сбалансированной системы показателей позволяют достичь баланса между долговременными и краткосрочными целями, между желаемыми результатами и факторами их достижения, а также между жесткими объективными критериями и более мягкими субъективными показателями. На первый взгляд, многоплановая сбалансированная система может показаться довольно сложной и запутанной, однако на самом деле, правильно составленная, она отражает общность целей, поскольку все параметры направлены на выполнение единой стратегии. Следовательно, правильно составленная сбалансированная система должна быть неким комплексом показателей результатов и факторов, способствующих их достижению, то есть быть инструментом эффективного управления в рамках избранной предприятием стратегии. Хорошо разработанная сбалансированная система показателей должна включать сбалансированный комплекс результатов (индикаторы уже сделанного) и факторов достижения будущих результатов (показатели того, что будет сделано).

Указанные обстоятельства свидетельствуют о том, что сбалансированная система показателей может стать действенным элементом управления региональными социально-экономическими системами при условии ее адаптации к задачам мезоуровневого менеджмента. Поскольку собственно рамочная конструкция сбалансированной системы показателей соответствует целям и задачам регионального менеджмента, существует только необходимость адаптации ее элементов к указанным задачам. Так, в рамках внутренних бизнес-процессов, помимо собственно управленческих, должны быть также исследованы экономические и социальные процессы, проходящие в регионе. Составляющая финансы, в свою очередь, должна учитывать основные показатели экономической динамики мезоуровневой системы, характеризующие, в том числе, эффективность ее развития. Составляющая клиенты должна рассматривать качество отношений между основными элементами региональной социально-экономической системы: государством, бизнес-сообществом и домохозяйствами, а также учитывать результативность регулирования этих отношений. Составляющая обучения и развития, в свою оче-

редь, должна рассматривать эффективность и результативность использования и развития ключевых типов региональных потенциалов в инновационной экономике: информационного, организационного и человеческого капиталов, так как они становятся основой формирования устойчивого регионального конкурентного преимущества.

Таким образом, построение системы стратегического управления регионами на основе сбалансированной системы показателей представляется решением, отвечающим современным тенденциям и вызовам регионального управления, и, следовательно, должно внедряться в практику управления мезоуровневыми социально-экономическими системами.

Библиографический список

1. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. 2-е изд., испр. и доп. Пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005.

2. Нивен П. Сбалансированная система показателей для государственных и неприбыльных организаций. Пер. с англ. Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005.

Контактная информация:

e-mail: tisbi@tisbi.ru

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРУКТУРНО-АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ АВИАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА

PROBLEMS OF THE AIRCRAFT COMPLEX STRUCTURAL AND ASSORTMENT POLICY FORMING

М.В. МАРКОВА, к.э.н., доцент
Кафедра Маркетинга и коммерции
Московский государственный университет экономики, статистики и информатики

M.V. MARKOVA, Cand. of Economic Sci., Ass. Professor
Marketing and Commerce Department
Moscow state university of economics, statistics and informatics

Аннотация

Важнейшим условием повышения прибыльности предприятия авиационного комплекса является экономически целесообразная структура ассортимента выпускаемой продукции или предоставляемых услуг. Элементами структурно-ассортиментной политики являются ее цели, товарно-ассортиментные стратегии и инструменты их реализации. В современных условиях для выхода на международный рынок российским производителям авиационной техники необходимо обеспечить интегрированную логистическую поддержку всей производимой продукции.

Abstract

The most important condition for increasing the profitability of the enterprise of aircraft complex is economically viable structure of the range of products or services. The elements of the structural and assortment policy are its objectives, product and assortment strategies and implementing tools. In the current conditions Russian aircraft manufacturers must provide integrated logistics support for all products for entering the international market.

Ключевые слова: авиационная отрасль, авиационный комплекс, авиационная техника, маркетинговая политика, структурно-ассортиментная политика, ассортимент продукции и услуг.

Keywords: aviation industry, aviation complex, marketing policy, aircraft, structural and assortment policy, the range of products and services.

Узкая номенклатура производимой современной авиационной техники, ее экономические и технические параметры, надежность систем и агрегатов, качество послепродажного обслуживания не отвечают потребностям авиакомпаний. Поэтому все более массовый характер приобретает импорт иностранной авиационной техники, включая аналоги производимых отечественных российских воздушных судов.

Данная проблема является актуальной не только для авиационной промышленности, но и для сферы авиационных перевозок и работ. Поэтому она требует своего решения на различных уровнях управления и планирования деятельности предприятий указанных сфер. Соответственно, автор предлагает рассматривать авиационную промышленность, авиационные перевозки и работы как систему, решение проблем развития которой на одном уровне затрагивает определенные управленческие функции и задачи на других уровнях.

В обозначенных условиях правомерно говорить о функционировании *авиационного комплекса* – сферы, объединяющей деятельность предприятий авиационной промышленности (или отрасли), включая ее разработчиков и ремонтные заводы, а также эксплуатантов авиационной техники (или авиакомпании) (рис. 1).

Субъектами маркетинговой политики в авиационном комплексе выступают предприятия авиационной отрасли и эксплуатанты авиационной техники.

Основная задача повышения эффективности деятельности авиационных предприятий сводится к разработке грамотной маркетинговой политики на основе маркетингового анализа. Центральным и исходным звеном формирования маркетинговой политики, связывающим деятельность предприятия и потребности реальных и потенциальных потребителей продукции, является ассортиментная политика.

Важнейшим условием повышения прибыльности предприятия авиационного комплекса является экономически целесообразная структура ассортимента выпускаемой продукции или предоставляемых услуг.

Для оценки рыночной привлекательности структуры ассортимента предприятий авиационной промышленности и эксплуатантов авиационной техники используется ранговый анализ. Методика рангового анализа реализуется посредством следующих поэтапных действий: ранговый анализ фактической структуры ассортимента, выявление и оценка факторов формирования ассортиментной политики, построение матрицы по объемам производства или продаж продукции и их рентабельности, ранговый анализ предпочтительной, с точки зрения рынка, структуры ассортимента.

Уровень рыночной привлекательности структуры ассортимента может быть оценен с помощью коэффициента корреляции ранга производства и ранга рентабельности производства: при рациональной структуре

ассортимента присутствует высокая положительная взаимосвязь между объемом производства изделий продукции и его рентабельностью.

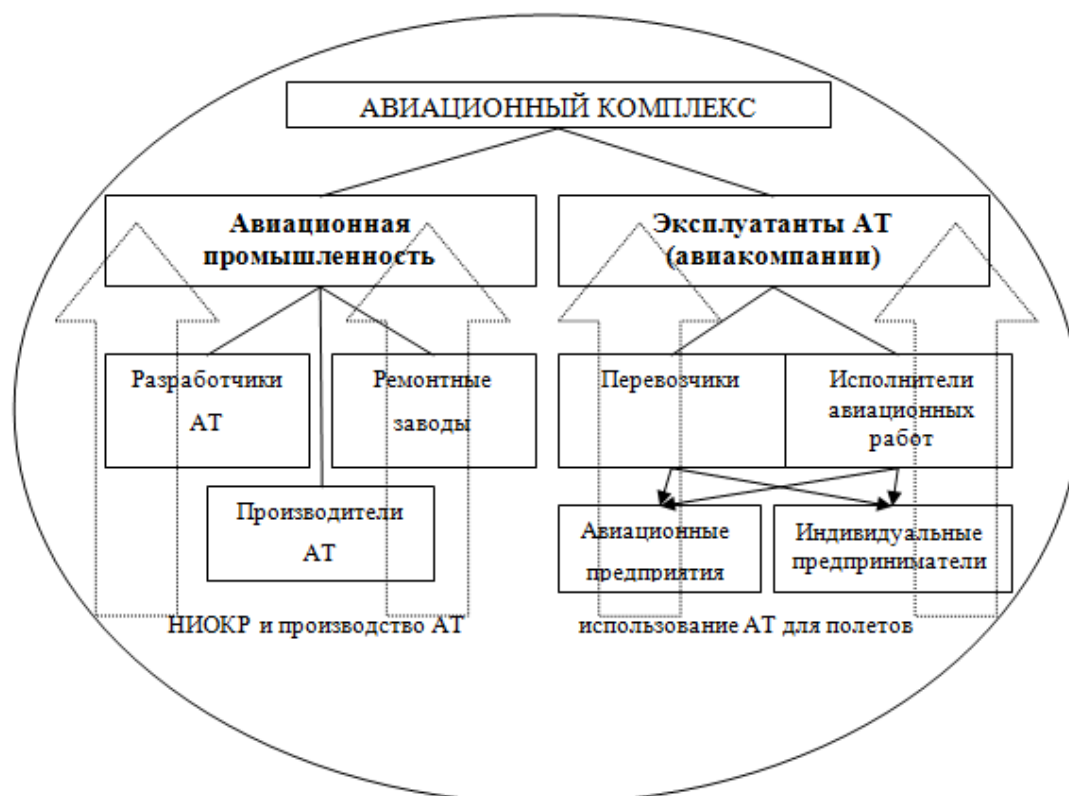


Рис. 1. Секторы и участники авиационного комплекса.

Элементами структурно-ассортиментной политики являются ее цели, товарно-ассортиментные стратегии и инструменты их реализации.

К основным целям ассортиментной политики предприятий авиационного комплекса автор относит: создание конкурентных преимуществ на основе повышения привлекательности ассортимента продукции и услуг для потребителей; формирование имиджа компании путем грамотного позиционирования конкретных ассортиментных позиций на рынке; проведение активной инновационной политики; увеличение объема продаж за счёт оптимизации структуры ассортимента и др.

В свою очередь, выбор конкретной товарно-ассортиментной стратегии предприятия авиационного комплекса должен основываться на прогнозируемой оценке изменения прибыли, вызванного изменениями ассортимента. Можно выделить два основных направления изменений ассортимента товаров предприятия:

- 1) изменения, связанные с диверсификацией;
- 2) изменения в связи с необходимостью горизонтальной и вертикальной гармонизации ассортимента товаров.

Политика изменения ассортимента может основываться на одном из подходов, каждый из которых подразумевает использование конкретной товарно-ассортиментной стратегии (табл. 1).

Стоит отметить, что в настоящее время на российском рынке авиационной техники существуют препятствия для эффективной реализации ассортиментной политики ее производителями. Так, одной из основных причин резкого снижения объемов производства современной российской авиационной техники (в первую очередь, гражданского назначения) специалисты отрасли считают отсутствие единой системы послепродажного обслуживания ее новых модификаций. В современных условиях для выхода на международный рынок российским производителям авиационной техники необходимо обеспечить интегрированную логистическую поддержку всей производимой продукции.

Таблица 1.

Подходы к изменению ассортимента товаров предприятия

Подход	Характеристика	Товарно-ассортиментная стратегия
Горизонтальное изменение	изменение ассортимента в пределах осуществляемой или смежной деятельности, выход на новые рынки в пределах производственной или торговой кооперации	модификация товаров (изменение параметров производимой продукции или услуг)
Вертикальное изменение	расширение или сужение выпуска продукции, связанное с самостоятельным производством комплектующих, формирование сбытовой сети для продвижения на рынке продукции или услуг	углубление ассортимента (добавление новых разновидностей товаров); удлинение товарной линии вверх и вниз (добавление товаров или их разновидностей в более дорогом или дешевом сегменте, соответственно)
Комплексное изменение	вертикальная и горизонтальная диверсификация	добавление новых товарных линий (связанная и несвязанная диверсификация)

В свою очередь, это требует соответствующего финансирования программ создания и производства воздушных судов и технологического перевооружения авиастроительных предприятий.

В настоящее время, в период реализации федеральной целевой программы (ФЦП) «Развитие гражданской авиатехники России на 2002-2010 гг. и на период до 2015 г.», отечественными производителями создаются новые виды авиационной техники. Производство, в первую очередь, направлено на значительное улучшение эксплуатационных качеств, обеспечивающих конкурентоспособность отечественной авиационной техники на внутреннем и внешнем рынках. В российском авиастроении необходим качественно новый подход, для разработки и реализации которого требуется создание комплекса государственных мер, связанных не только с нормативно-правовым регулированием процессов разработки, производ-

ства и эксплуатации техники на всех этапах ее жизненного цикла продукции, но и с организацией проведения и финансированием НИОКР.

Библиографический список

1. Пospelова О. Послепродажное обслуживание авиатехники в России. Перспективы развития. // АКО. 2008. № 3. С. 55.

Контактная информация:

8 (495) 442-23-98

e-mail: mvmarkova@mesi.ru

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА СТРАХОВАНИЯ

SOME PROBLEMS OF RUSSIAN INSURANCE

Р.М. МИИРОВ, соискатель
НИИ Счетной палаты

R.M. MIROV, applicant
Research Institute under Chamber of Accounts

Аннотация

В статье рассматриваются проблемы отечественного рынка страхования. Объем страховых услуг в стране снижается, несмотря на увеличение доли обязательного страхования. Основная проблема заключается в неудовлетворенности потребителя качеством страховых услуг.

Abstract

The problems of insurance in Russia are examined in the paper. The quantity of real insurance contracts are decreasing in spite of growth the size of obligatory insurance. The main problem is in insurants' unsatisfactory by insurance service quality.

Ключевые слова: страхование, договор страхования, страховая организация, страховой взнос, страховые услуги.

Key words: insurance, insurance contract, insurer, insurance payment, insurance service.

В настоящее время имеется понимание того факта, что качественные показатели развития российского рынка страховых услуг далеки даже не от желаемых, а от возможных. На это на Совещании по вопросам развития российского рынка страхования, которое состоялось в августе 2010 г., фактически указал Президент России Д.А. Медведев. Так, говоря о страховании недвижимости, он обратил внимание на то, что в настоящее время застраховано менее 10% недвижимости, и он не знает ни одной страны мира, где был бы такой процент [3].

Ранее состояние российского рынка страховых услуг было довольно критично оценено в «Стратегии развития страховой деятельности в Российской Федерации» от 2008 года [4].

При всех известных недостатках советской системы страхования, показатели развития страховой отрасли в СССР имели весьма достойный вид. В частности, широкое развитие получило добровольное страхование жизни и личного имущества. Оценить динамику развития страхования можно по двум направлениям:

- исходя из числа заключенных договоров;
- исходя из темпов роста объемов страхования в стоимостном выражении.

Если сравнивать страхование в советский и постсоветский периоды, то, как представляется, наиболее представительным является показатель числа действующих договоров страхования. Существующая статистическая информация показывает, что общее количество действующих договоров добровольного страхования среди населения СССР составило в 1989 г. 203,9 млн., в том числе на территории РСФСР – 121,5 млн. [2]. В РФ в 2010 г. по данным Центра стратегических исследований Росгосстраха аналогичных договоров было 47,4 млн.

В постсоветской России показатели РСФСР пока недостижимы, даже если включать в учет все договора (как добровольного, так и обязательного – ОМС, ОСАГО и др.) страхования, хотя, казалось бы, имеются известные предпосылки для развития страховой сферы в новых условиях хозяйствования, в частности:

- увеличение масштабов и роли негосударственного сектора в экономике, что ведет к обособленности предпринимателя от государства и необходимости страховать коммерческие риски;
- рост объемов и разнообразия собственности физических и юридических лиц;
- сокращение различных гарантий со стороны государства в области социального обеспечения и социального страхования;
- многократное увеличение числа зарубежных поездок граждан России, что невозможно без оформления страховок.

На графике (рис. 1), построенном на основании данных Федеральной службы статистики [5], приведена динамика действующих договоров страхования в РФ, из которого следует, что, несмотря на введение новых видов обязательного страхования, общее количество действующих договоров по сравнению с советским периодом существенно сократилось.

Важным обобщающим показателем роли страхового рынка является отношение сбора страховых премий (общего объема страховых взносов) к ВВП. В упомянутой Стратегии приводятся сравнительные данные по ряду стран, из которых следует, что значение этого показателя по России (2,3%) ниже, чем у двух других стран – членов БРИК, Индии и Китая, 4,8 и 2,7% соответственно (данные 2006 г.). Хотя следует заметить, что по показателю страховых премий (в пересчете на долл. США) на душу населения, Россия опережает эти страны в 3-4 раза. Отметим, что за прошедшее время

доля страховых премий в ВВП практически не изменилась и, как показывают расчеты, находится на уровне 2,3%. В то же время, это значение этого показателя составляет: в Великобритании – 16,5%, в США – 8,8%, а в таких странах бывшего социалистического лагеря, как Чехия и Польша, – 3,8 и 3,5% соответственно [4].

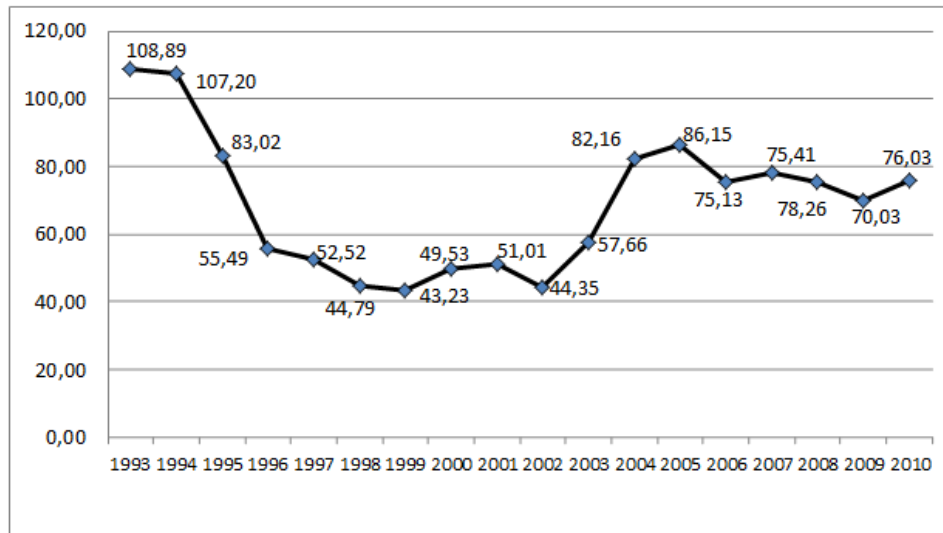


Рис. 1. Динамика действующих договоров страхования в Российской Федерации в период 1993-2010 гг., млн.

Динамика изменения доли страхования в ВВП России за 1993-2010 гг. по итогам анализа автора в виде графика приведена на рис. 2.

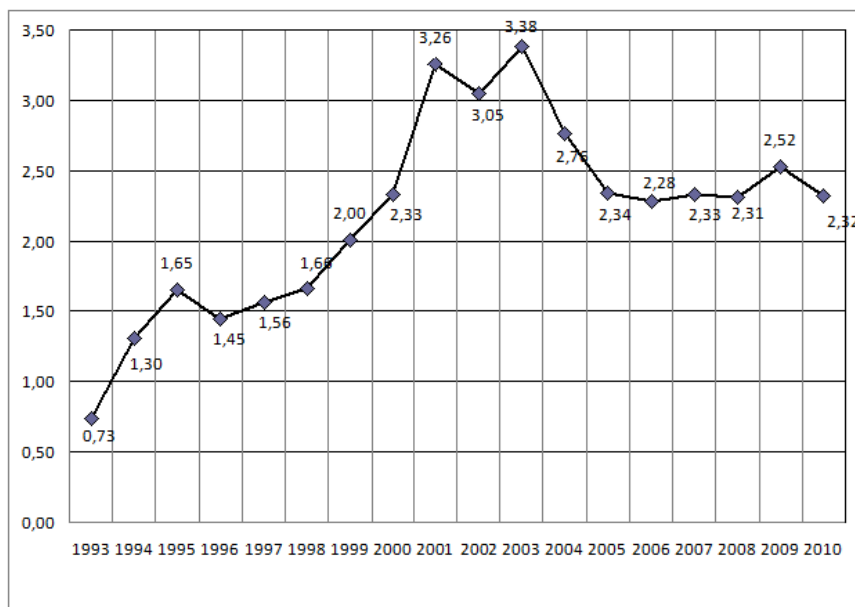


Рис. 2. Изменение доли страхования в ВВП России за период 1993-2010 гг., в процентах.

Однако и этот показатель, как представляется, не является достаточно объективным по следующим основаниям:

во-первых, претерпела существенное изменение стоимостная оценка отраслей экономики (а то, что страхование – самостоятельная отрасль, весьма убедительно доказал В.Б. Гомелля) [1];

во-вторых, постоянно расширяется число видов страхования, прежде всего, за счет появления новых видов обязательного страхования;

в-третьих, на показатель объема страхования оказывает существенное влияние средства, выделяемые государством на обязательное медицинское страхование (в 2010 г. на обязательное медицинское страхование было перечислено 583,84 млрд руб., что составляет 46,6% от общей суммы взносов по добровольным и обязательным видам страхования) [6].

Следует заметить, что при расчете темпов роста страхования в России совершенно не учитывается инфляция, что противоречит общеизвестному требованию объективности расчетов и сравнимости показателей. Такой подход искажает реальную картину динамики развития состояния отрасли и динамику ее развития. Автор попробовал исправить это, построив график динамики развития сферы страховых услуг в России с учетом официального уровня инфляции (рис. 3).

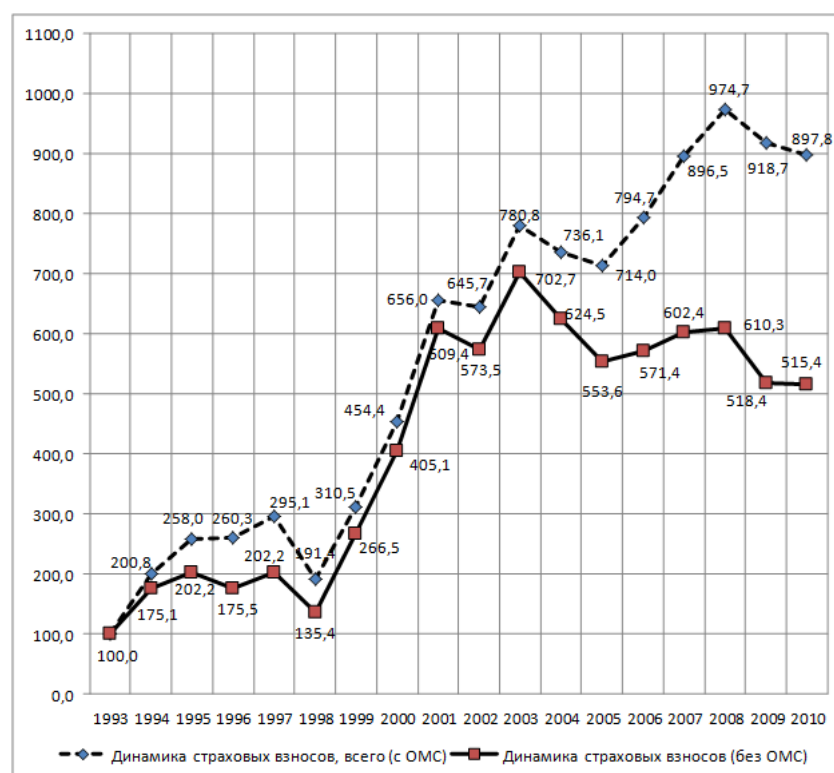


Рис. 3. Динамика изменения объема страховых взносов в период 1993-2010 гг. с учетом уровня инфляции (нарастающим итогом, с учетом и без учета ОМС), в процентах.

Из графика на рис. 3 становится очевидным, что рост объемных показателей страхования с 2001 г. происходил главным образом за счет расширения объемов обязательного страхования, и, прежде всего, ОМС. То есть, рынок реального страхования в России в последние годы (фактически последние 6-7 лет) стагнирует, а не развивается, как принято считать. И

это с учётом введения с 1 января 2003 г. обязательного страхования автогражданской ответственности (ОСАГО), заметно «подпитавшего» страховой рынок. Доли ОМС и ОСАГО вместе составляют более 50% от объёма страхового рынка. Так в 2010 г. доля этих двух видов страхования составила: в общей объёме страховых премий 55,4%, а в выплатах – 69,0%.

Если к этому добавить динамику числа страховых организаций (рис. 4), то можно заключить, что имеет место и явная тенденция к концентрации российского страхового рынка.

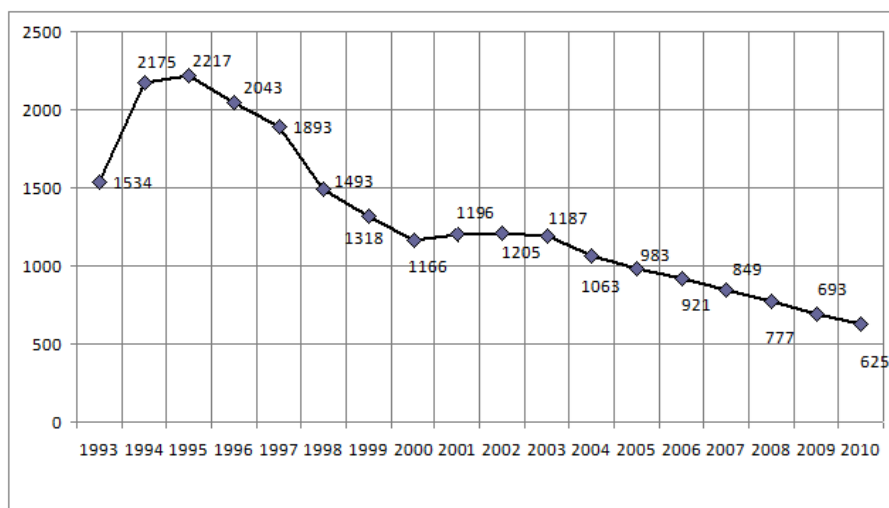


Рис. 4. Динамика числа учтенных страховых организаций России период 1993-2010 гг.

Российская система страхования имеет ряд очевидных недостатков. Существенной проблемой для развития страхования остается неудовлетворенность деятельностью страховщиков со стороны потребителей страховых услуг. Прежде всего, по мнению потенциальных страхователей, отсутствует надежная информация о страховых организациях и их программах. Здесь опять же можно сослаться на материалы Совещания по вопросам развития российского рынка страхования (2010 г.) [3].

В ближайшем будущем российских страховщиков, безусловно, ждут серьезные испытания, связанные с перспективой введения в 2012 году обязательного страхования объектов повышенной опасности (ОПО) и выполнением требования закона о четырехкратном увеличении минимума уставного капитала страховых организаций. Как представляется, эти новации не просто приведут к дальнейшему сокращению количества страховых организаций, а существенно ускорят процесс концентрации российского рынка страховых услуг в среднесрочной перспективе.

Очевидно, что введение обязательного страхования ОПО положительно скажется на динамике объёма страхового рынка. При этом, доля добровольного страхования, естественно, ещё более снизится. Юридические лица, обладающие ОПО и вынужденные их страховать в обязательном порядке, в основной своей массе будут расценивать соответствующие

затраты как дополнительный налог, только выплачиваемый не государству, а страховым организациям.

Библиографический список

1. Гомелля В.Б. Очерки экономической теории страхования. М.: Финансы и статистика, 2010. С. 57-59.
2. Народное хозяйство СССР в 1989 г.: Статистический ежегодник / Госкомстат СССР. М.: Финансы и статистика, 1990. С. 617.
3. Совещание по вопросам развития российского рынка страхования 30 августа 2010 г. <http://www.kremlin.ru/transcripts/8778>.
4. Стратегия развития страховой деятельности в Российской Федерации на среднесрочную перспективу, одобренная поручением Правительства России от 18.11.2008 г. № ВП-П13-6891.
5. <http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi>.
6. Электронный ресурс ФССН.
http://www.fssn.ru/www/site.nsf/web/doc_16022011181304.html

Контактная информация:

999 84 84

e-mail: 7992921@gmail.com

**ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ФОРСАЙТ
ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ
В РАЗВИТЫХ СТРАНАХ**

**APPLICATION OF FORESIGHT METHODS
FOR ECONOMIC PROGNOSTICATION
IN DEVELOPED COUNTRIES**

К.В. МИХАЙЛОВ, к.э.н., профессор
Кафедра менеджмента
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

K.V. MIKHAYLOV, Cand. of Economic Sci., Full Professor
Management Department
Russian State University named after G.V. Plekhanov

Аннотация

Прогнозирование с помощью методов Форсайт, первоначально разработанное для использования на корпоративном уровне, впоследствии нашло применение для развития новых отраслей хозяйства и технологий (технологический Форсайт), а в дальнейшем – на национальном и международном уровне.

Abstract

Prognostication with the help of Foresights methods, exhausted originally for the usage on the corporative level, afterwards found an application for development of the new branches of the sector and technologies (technological Foresight), in the sequel – on the national and international levels.

Ключевые слова: метод корпоративного Форсайта, компания, альтернативы, стратегический менеджмент.

Keywords: method of corporative Foresight, company, alternatives, strategic management.

Необходимость оптимизации ресурсов для получения желаемых результатов связана со сложными видами анализа, для которых существует несколько подходов. Как практический метод Форсайт появился в пятидесятых годах прошлого века в США: в корпорации РЭНД был разработан

метод Дельфи, и в шестидесятые годы были начаты исследования критических технологий для национальной авиационной промышленности для военных целей [1].

С самого начала применения исследования на основе методологии Форсайт не были идентичны прогнозам, которые составлялись 50 и даже 30 лет назад. Они включают в себя исследование и учет важнейших трендов и факторов, а также определение основных интересов и анализ сочетания различных сил с целью установления альтернатив развития будущего (в гораздо большей степени, чем при составлении только прогноза будущего) [2].

В Великобритании применение методов Форсайта стало активно развиваться несколько позже, чем в США, – в начале 1990-х. Н.В. Шелюбская показала, что программа Форсайта в этой стране прошла уже два цикла: в 1994-1999 гг. и 1999-2002 гг., третий цикл начался с 2003 года и продолжается по сегодняшний день.

Первый цикл был направлен на оценку перспектив сферы науки и технологий. Программа технологического предвидения в этой стране была учреждена в 1993 г. с бюджетом примерно в 1 млн фунтов стерлингов. Второй цикл ориентирован на решение ключевых проблем общества: стареющее население, профилактика преступности и др.

Технологический «Форсайт» во Франции (1999-2000 гг.) был разбит на 4 этапа. На первом этапе было отобрано 600 технологий, имеющих потенциальное значение для будущего. Из них на основании критериев «привлекательности» для ЕС (запросы экономики и промышленности на технологию, охрана окружающей среды, социальные нужды, национальная и европейская безопасность, развитие технологии) было отобрано 200 позиций, из которых с учетом критериев конкурентоспособности Франции и других европейских стран (научно-технические позиции, промышленные и рыночные позиции) было выделено 120 ключевых технологий. На последнем этапе их число сократилось до 100 позиций.

Краткую историю развития методов Форсайт в Германии описал К. Сулс, который отметил, что примером применения Форсайта может служить немецкий проект «Futur».

Изначально концепция немецкого Форсайта основывалась на японском подходе. С одной стороны, он позволил сопоставить результаты экспертных оценок, данных специалистами. С другой стороны, он не был лишен недостатков. В Германии были разработаны собственные, оригинальные подходы к проведению национального Форсайта. В программу «Futur» были заложены новые принципы, учитывающие социальные нужды и цели развития науки и технологий [3].

Появление методов Форсайт далеко не случайно. Как показала Н.Н. Семёнова, традиционные методы прогнозирования не способны обеспечить достоверный прогноз при расширении горизонтов, потому что

усложняющиеся экономические задачи требуют ответственных и согласованных действий при их реализации. В этих условиях возникает потребность в новой методологии коллективного согласованного предвидения будущего и координации шагов по его достижению [4].

Многие страны мира используют Форсайт при определении собственной политики, особенно в научно-технологической сфере. При Форсайте важно не только обозначить проблемы и направления их технологических решений, но и рассмотреть социальный контекст их развития и применения. Эти факторы условно можно разбить на группы, отражающие:

- способности к развитию технологий;
- возможности развития технологий;
- уровень реализации технологического развития, прежде всего в сфере инноваций.

Из всех научно-технологических методов Форсайт наибольшее предпочтение имеют научно-технологические прогнозы потому, что именно в этой сфере реалистичность и достоверность прогнозов наиболее высока. Многие страны (по большей части желающие вступить в ЕС) присоединились к деятельности по применению методов Форсайт в национальных технологиях. В то же время страны-члены ЕС, особенно страны Северной Европы, начали уделять больше внимания проблемам выбора методов Форсайт. Особенно популярным стало проведение регионального Форсайта: временной горизонт при этом несколько увеличивается, хотя точность Форсайта уменьшается.

Особенностью новых Форсайт в развитых странах начиная с 2000-х годов является учет таких тенденций и проблем современного развития, как:

- глобализация;
- развитие экономики знаний;
- формирование и консолидация информационного общества;
- управление экологическими ресурсами;
- преобразование здравоохранения;
- рост региональных различий.

В настоящее время западноевропейские страны придерживаются селективной стратегии научно-технического развития, определяя для себя приоритетные научные направления инновационного характера, разработка которых позволяет эффективно использовать имеющиеся финансовые и интеллектуальные ресурсы и тем самым расширить и укрепить свои позиции на мировых рынках технологий в условиях глобализации. Как показывает опыт, приоритетом пользуются работы, которые проводятся совместно с организациями государственного сектора, частного и корпоративного капитала на началах долевого финансирования, а также работы междисциплинарного характера.

Обилие вариантов будущего и возможных стратегий их реализации связано с различными видами методов Форсайт: разработка сценариев, опросы Дельфи, построение дорожных карт, выбор критических технологий и др., а также их комбинаций. Форсайт в условиях неопределенности и неустойчивости процессов современного мира становится одновременно как фактором, так и следствием формирования общества знаний, основанного на совместном управлении. Это связано с характером самих методов Форсайт, предполагающим сбор информации и регулярное обсуждение долгосрочных перспектив.

Формирование общего видения задач и возможных путей их решения в дальнейшем существенно облегчает мобилизацию совместных действий, способствует расширению доступа к результатам Форсайта всем заинтересованным сторонам. Исходя из положения о многих вариантах развития, ставится задача подобрать для каждого из нескольких возможных вариантов стратегию действия, дающую возможность с высокой вероятностью вписаться в мировые процессы на более благоприятных условиях. При этом технологический Форсайт направлен на определение национальных приоритетов научно-технического развития, обеспечивающих с наибольшей вероятностью поддержание высокого уровня конкурентоспособности страны на мировом рынке, удовлетворительное качество жизни населения, устойчивое экономическое развитие. Основой конечных рекомендаций является анализ реально имеющихся ресурсов страны, как материальных, так и интеллектуальных, а также возможностей их укрепления и наращивания.

Отличительная особенность нового подхода – определение не конкретных технологий, а направлений развития, многовариантности сценариев, непрерывности этапов Форсайт по времени.

Одним из главных условий успешного использования этого метода является готовность общества (административного аппарата, руководителей компаний, отдельных специалистов, общественности) совместно оценить долгосрочные перспективы развития страны, отвлекаясь от краткосрочных конъюнктурных моментов. В результате использования методов Форсайт, правительства на национальном и региональном уровне и представители по большей части крупного бизнеса получили альтернативные стратегии для будущего развития. При этом данные Форсайта, проведенного общественными организациями, как правило, общеизвестны, тогда как результаты для частных корпораций в связи с конкурентной борьбой являются доступными только для их руководителей.

Предсказать заранее, какая из возможных альтернатив развития будет реализована, практически невозможно. В то же время любой вариант выбора влечет за собой неизбежные последствия, то есть обладает внутренним детерминизмом. Подобные процессы протекают на всех уровнях

экономической системы и существенно осложняют прогнозирование ее будущего поведения.

Библиографический список

1. Unido technology Foresight manual. Vienna, 2005. Vol. 1. Organization and Methods. P. 10.
2. Future-oriented analysis of the main socio-economic challenges in Europe: the potential impact of research. 2010. URL: <http://www.atlantisresearch.gr/?1=cat-208&page=395> (02.08.2011).
3. Cuhls K. From Forecasting to Foresight Processes – New Participative Foresight Activities in Germany // Journal of Forecasting. 2003. № 22. Pp. 93-111.
4. Semenova N. Globalization and Macrotechnologies in Russia // XXX Symposium of the International Committee for the History of Technology. ICONTEC. St. Petersburg-Moscow, 2003. August 21-26. Pp. 19-21.

Контактная информация:

e-mail: reakafedra2011@yandex.ru

МОДЕЛИ ПРИНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННО- ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

INVESTMENT DECISION-MAKING MODELS AT INNOVATIVE-INVESTMENT PROJECTS MANAGEMENT

В.В. МЫЛЬНИК, д.э.н.

Зав. кафедрой «Финансовый менеджмент»
МАТИ

V.V. MYLNIK, Doctor of Economic Sci.

Head of «Financial management» department
MATI

Аннотация

Принятие решений в рамках управления инновационно-инвестиционными проектами является одним из основных видов управленческого труда в условиях инновационного развития экономики и промышленности, и представляет собой выбор альтернативы, действие, направленное на решение какой-либо задачи, решение которой предполагается при реализации проекта.

Abstract

Decision-making within the limits of innovative-investment projects management is one of the administrative work principal views of in the conditions of innovative development of economy and industry, and represents an alternative choice, the action directed on the decision of any problem which decision is supposed at project realization.

Ключевые слова: инновационно-инвестиционный проект, инновационное развитие, принятие решений, промышленность.

Key words: innovative-investment project, innovative development, decision-making, industry.

Под инвестиционными решениями понимаются решения по вложению инвестиций в инновационно-инвестиционные проекты в промышленности и научной сфере с целью получения отдачи в будущем. Процесс

принятия инвестиционных решений можно описать с помощью моделирования этапов, которые проходит инновационно-инвестиционный проект.

Инновационно-инвестиционный проект – системная взаимосвязь по целям и критериям программы научно-исследовательских, опытно-конструкторских, организационных, коммерческих и других мероприятий, обеспеченных необходимыми инвестициями и организованная по срокам и исполнителям. Эти мероприятия взаимосвязаны с внешней и внутренней средой промышленной организации по всему жизненному циклу. Принятие решений в рамках управления инновационно-инвестиционными проектами является одним из основных видов управленческого труда в условиях инновационного развития экономики и промышленности, и представляет собой выбор альтернативы, действие, направленное на решение какой-либо задачи, решение которой предполагается при реализации проекта. Люди всегда стремились моделировать процесс принятия решений. В связи с этим процесс принятия инвестиционных решений не стал исключением.

Принятие инвестиционных решений весьма затруднительно в условиях нестабильности и неопределенности, свойственным реальной ситуации экономики в России. Причины неопределенности заключаются либо в неполноте (асимметрии), либо в недостатке информации. Чем большей информацией располагает субъект рынка, тем вернее может быть сделан прогноз и принято решение. Однако, недостаток информации не всегда может быть восполним. Кроме объективных причин недостатка информации (слабое знание рынка, поставщиков, заемщиков), существуют и объективные, неустранимые причины, связанные с неопределенностью будущего (будущие процентные ставки, движение акций).

На процесс принятия инвестиционных решений оказывают влияние множество факторов. Рассмотрим, на наш взгляд, важнейшие из них:

- среда принятия решений;
- информационные ограничения;
- фактор времени;
- поведенческие ограничения;
- негативные последствия (конфликт);
- личностные оценки руководителей;
- взаимосвязь решений;
- фактор неопределенности и риска.

Решения об инвестировании не могут рассматриваться в полной изоляции от деятельности организации в целом. Инвестиции определяют многие функции и решения (сами определяются этими функциями и решениями), которые составляют деятельность организации.

Во многих случаях организации не располагают достоверной информацией для объективной оценки принятия того или иного решения. Получение дополнительной информации требует времени и денег, а поскольку

способность человека усваивать и использовать ее ограничена, такая информация не всегда способствует принятию решения. Руководитель должен решать, оправдывает ли выгода от более качественного решения затраты на получение дополнительной информации (анализ рынка, оплата машинного времени, использование услуг внешних консультантов и т.п.). Поведенческие факторы, например, негативное отношение к чему или кому-либо, личностные пристрастия и барьеры восприятия информации, – являются распространенными на пути принятия эффективных решений. Фактор времени является, пожалуй, одним из наиболее важных, из перечисленных выше факторов. Чем более отдален момент получения денежного потока от инвестиций, тем менее ценным будет полученный результат. Основной причиной этого является потеря инвестиционных возможностей.

Каждое важное решение сопряжено с компромиссами, негативными последствиями и побочными эффектами, знание которых руководитель должен соотносить с ожидаемыми выгодами. В общем случае принятие инвестиционных решений представляет собой выбор из альтернатив. Считается общепризнанным, что процесс принятия любого инвестиционного решения может состоять из следующих этапов (рис. 1).



Рис. 1. Структура этапов принятия инвестиционного решения.

Совокупность этапов принятия инвестиционного решения включает в себя рассмотрение набора существующих альтернатив, предварительную

оценку эффективности будущих проектов, проведение анализа окружающей деловой среды, проработку целей, стоящих перед субъектом управления, выбор критериев, анализ ограничений на альтернативы и учет целей личностей, принимающих решения.

Одним из главных этапов, на базе которого принимается решение, является предварительная оценка эффективности каждого варианта будущего проекта с учетом определенных ограничений. При принятии решений существенную роль играют параметры окружающей деловой среды и личность, принимающая решение.

Приведенные этапы принятия решения можно отобразить с помощью математической модели, приведенной в работе [9]. Вид такой модели представлен в таблице (табл. 1). Модель состоит из набора альтернативных решений, возможных инновационно-инвестиционных проектов и факторов деловой среды, влияющих в конечном итоге на эффективность будущих проектов.

Таблица 1.

Модель принятия решения.

Альтернативные решения	X_1	X_2	X_3	$\dots X_n$	Факторы деловой среды
Результат	Y_{11}	Y_{12}	Y_{13}	$\dots Y_{1n}$	E_1

	Y_{m1}	Y_{m2}	Y_{m3}	$\dots Y_{mn}$	E_m

Возможные инновационно-инвестиционные проекты обозначены в данном случае от X_1 до X_n , а результаты от Y_{11} до Y_{mn} . Величина результатов каждого проекта зависит от состояния отдельных факторов окружающей деловой среды (E_1, \dots, E_m).

Процедура построения модели принятия решения в общем случае состоит в следующем. Вначале выявляется область интересующей проблемы и делается попытка установления границ исследования. Чем шире исследуемая область, тем выше вероятность того, что будет рассмотрено большее количество факторов, влияющих на решения. Однако такое расширение всегда связано с ростом затрат и увеличением продолжительности исследования. Таким образом, при определении границ проблемы необходима и субъективная оценка разумных предпочтений.

Далее необходимо четко установить цели, которые будут использоваться при ранжировании результатов. Это достаточно трудная задача, поскольку в реальной жизни не всегда бывает возможным точно определить цели организации. Решением данной проблемы может стать привлечение

специалистов и руководителей различных уровней, а также проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности, что позволит выявить с наибольшей достоверностью реальные цели и устранить конфликт противоречащих друг другу целей, если таковой имеет место быть.

Поиск информации с целью определения тех факторов внешней и внутренней среды, которые могут оказать влияние на реализацию проекта, а также возможных альтернатив этому проекту, – все это следующий этап в принятии инвестиционных решений. Данный процесс может оказаться дорогим, а результат – привести к смещению целей. В данном случае формальная процедура планирования поможет сосредоточить внимание на эффективности процедур и результатах поиска решений. При этом ближайшие критерии должны соответствовать целям, находящимся на более высоком уровне. Они должны показывать динамику только тогда, когда они работают на цели более высокого уровня.

После завершения этапов поиска и постановки целей следует процесс оценки. Первым шагом на этом этапе является построение модели проекта, т.е. описания различных альтернативных проектов и разработка гипотез относительно взаимосвязей между этими проектами, возможными внешними условиями и вероятностными результатами их реализации. В схемном изображении процесс принятия инвестиционного решения можно отобразить следующим образом (рис. 2).

Использование моделей имеет очень большое значение в экономической теории. Основные преимущества моделей состоят в том, что они позволяют делать прогнозы и устанавливать правила принятия решений. Сущностью моделирования является абстракция, а достоинства и недостатки построения моделей связаны с тем, что все модели представляют собой упрощение действительности, в той или иной степени отражающей только те факторы, которые имеют отношение к решению.

После построения модели необходимо ввести в нее прогнозные ограничения переменных, зависящих от системы управления организацией и различных переменных, описывающих состояние окружающей деловой среды. При этом прогнозы могут быть детерминистическими. Заключительной стадией процесса принятия инвестиционных решений является выбор альтернатив, обеспечивающих максимальный результат в соответствии с принятым решением.

Важно понимать, что необходимость оценок сопровождает все этапы процесса принятия решений, а все этапы этого процесса взаимосвязаны. Не существует фиксированных границ, в которых заканчивается один этап и начинается другой. Часто определение первичной проблемы принципиально изменяется на основе информации, полученной на более поздних этапах анализа. Постепенное прояснение проблемы может оказаться наиболее полезным результатом всего процесса исследования.

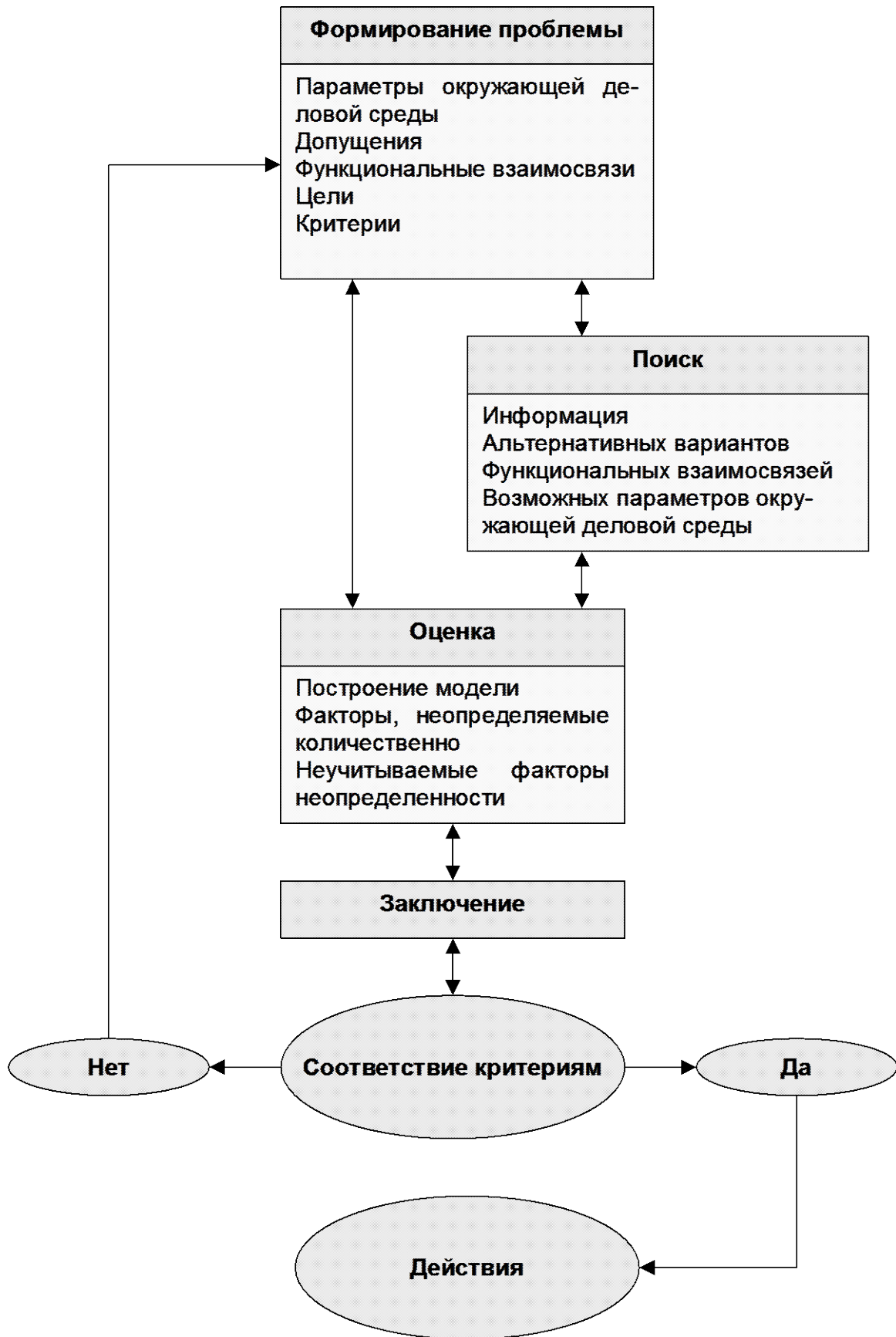


Рис. 2. Блок-схема процесса принятия инвестиционных решений.

Принятие решения является человеческой областью деятельности, а не механическим процессом. Этот факт был упущен в традиционной теории инвестиций. С теоретической точки зрения практически всегда подразумевается образ человека, который экономически целесообразно ориентирован на максимизацию дохода, владеет в совершенстве познаниями в области финансов, а эмоции у него отсутствуют. На практике менеджеры, принимающие решения, руководствуется не только целями организации, но и своими собственными. Это также называется поведенческими факторами. Такими факторами могут быть:

- “рациональность”;
- долгосрочные цели, против краткосрочных;
- полномочия против ответственности;
- уклонение от риска.

Понятие “рациональность”, как известно, связано с теорией инвестиций. Под рациональностью понимается то, что человек определяет цели, способен определить пути их достижения, предвидит возможные результаты использования этих путей.

Коллективы людей, или менеджеры, принимающие решения, имеют и свои собственные цели, которые могут включать в себя максимальное собственное вознаграждение, достижения определенного положения или власти. Такие цели не имеют никакого отношения к максимизации дохода организаций. В этом случае возникает проблема несовместимости целей.

На практике, как правило, возникает проблема в отношении менеджеров, принимающих инвестиционные решения. Проблема заключается в том, что для правильной оценки действий менеджеров, необходимо иметь результаты успешной реализации проектов. Пройдет много лет, прежде чем можно сделать вывод об эффективности принятого менеджерами решения. На основании исследований, проведенных в западных фирмах, между оценкой их деятельности и инвестиционными решениями была выявлена сильная взаимосвязь между системой вознаграждения менеджеров и эффективностью инновационно-инвестиционных проектов. Взаимосвязь носит прямо пропорциональный характер.

Одним из сложных вопросов при принятии экономически целесообразного решения является сочетание полномочий и ответственности. С одной стороны, менеджеры несут ответственность за результаты инновационно-инвестиционных проектов, а с другой, они должны иметь соответствующие полномочия для влияния на эти результаты. На практике в этом отношении имеется ряд проблем.

Первая проблема заключается в том, что проект в организации проходит через иерархию управления, что привлекает участие группы людей. Чем больше вовлечено в него людей, тем меньшее влияние оказывает на него каждый участник. Оценка вклада каждого участника становится за-

труднительной и соответствующее вознаграждение в этом случае является почти невозможным.

Вторая проблема состоит в осуществлении действий на стадии после инвестиционного контроля. Недостаточный контроль менеджеров над реализацией проекта может не дать ожидаемых результатов. Такое положение приводит к проблеме снижения результатов инвестиционных решений и оценки деятельности менеджеров.

Третья проблема связана с политикой, проводимой в организации. Политические изменения, происходящие в организации, могут привести к такому положению дел, когда инвестиционные решения могут быть не приняты в расчет. Менеджер в этом случае не может повлиять на политическую ситуацию или не знать о ней ничего.

Данные проблемы делают взаимосвязь между полномочиями и ответственностью неопределенной. Оценка деятельности людей, участвующих в принятии решения, становится проблематичной. Недостаток полномочий может изменить мотивационное поведение людей. В таком случае может произойти рассогласование целей организации и ее отдельных сотрудников.

Уклонение от риска характерно для менеджеров, чье вознаграждение привязано к результатам проекта. Вознаграждение влияет на инвестиционные решения, так как менеджеры будут отдавать предпочтение проектам с низким условием риска, следовательно, с низкой доходностью. Проект с высоким уровнем риска может быть привлекательным, как и безрисковый, если он обеспечивает доходность, которая компенсирует высокий риск. Тем не менее, для менеджеров безопасный вариант может оказаться более привлекательным, чем высокодоходный проект. Опасность для карьеры и вознаграждения менеджеров может быть более значительной в случае провала, чем успех в случае реализации высокодоходного проекта.

Противоречие между личными интересами и целями организации является трудной задачей для менеджеров, принимающих инвестиционные решения. Частично противоречия могут быть снижены, если будут приняты во внимание проблемы, присущие принятию инвестиционных решений:

- длительность цикла инновационно-инвестиционного проекта;
- сложность оценки эффективности проекта;
- возможность участия группы менеджеров организации в принятии решений;
- нахождение баланса между уровнем риска и доходности при оценке эффективности инвестиций.

При предварительном анализе эффективности инновационно-инвестиционных проектов необходимо осуществить проверку взаимосвязи мотивационного поведения менеджера и целей предприятия. Не следует надеяться на безоговорочное стремление менеджеров организации к достижению целей организации.

Учет целей и заинтересованности менеджеров при принятии инвестиционных решений в значительной степени будет способствовать повышению эффективности разрабатываемых решений.

Библиографический список

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание. СПб.: Питер, 2009.
2. Бромвич М. Анализ экономической эффективности капиталовложений. М.: ИНФРА-М, 1996.
3. Давила Т. и др. Работающая инновация. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
4. Мыльник В.В. Инвестиционный менеджмент: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Академический проект, 2002.
5. Шарп У.Ф. и др. Инвестиции. М.: ИНФРА-М, 2006.

Контактная информация:

8 (499) 141-94-99

e-mail: finmen@inbox.ru

**УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ
ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ КЛАССИЧЕСКИХ
ПРИНЦИПОВ МЕНЕДЖМЕНТА**

**ENTERPRISE'S HUMAN RESOURCES POTENTIAL
MANAGEMENT ON THE BASIS OF CLASSICAL
MANAGEMENT PRINCIPLES**

А.М. НАЙДА, к.э.н.

Декан факультета менеджмента
Университет управления «ТИСБИ»

A.M. NAJDA, Cand. of Economic Sci.

Dean of Management Faculty
«TISBI» University of Management

Аннотация

В статье исследуются возможности применения классических принципов менеджмента к процессам управления кадровым потенциалом современного предприятия. Доказывается, что в настоящее время реализация классических принципов менеджмента является основой формирования стратегического конкурентного преимущества, основанного на кадровом потенциале. Выявлены особенности применения принципов классического менеджмента к задачам управления кадровым потенциалом организации.

Abstract

The paper deals with the possibility of classical management principles implementation in the processes of human resources potential management. It is proven that currently implementation of classical management principles becomes the basement for creation of strategic competitive advantage based upon human resources potential. Specific features of those principles in case of implementation into human resources management procedures are defined.

Ключевые слова: кадровый потенциал, менеджмент, принципы менеджмента, управление человеческими ресурсами.

Keywords: human resources potential, management, management principles, human resources management.

В современных условиях основным конкурентным преимуществом, обеспечивающим эффективное развитие предприятий, является кадровый потенциал инновационного типа, освоение которого обеспечивает эффективную трансформацию действительности, сопряженную с извлечением выгод социального и экономического характера [2]. Управление таким потенциалом, в свою очередь, необходимо реализовывать на определенной устойчивой основе, в качестве которой целесообразно использовать классические принципы менеджмента Файоля [1]. В то же время при управлении кадровым потенциалом эти принципы будут иметь определенную специфику, которая будет рассмотрена в рамках настоящей статьи.

1. Принцип разделения труда. В рамках управления кадровым потенциалом данный принцип подразумевает необходимость распределения обязанностей таким образом, чтобы каждый из работников предприятия (входящего в отрасль) мог использовать свой личный потенциал наилучшим образом. Реализация этого принципа предполагает использование методов управления персоналом, известных из теории управления, например, подбор работы в соответствии с характеристиками личности, предложенной Холландом.

2. Принцип закрепления полномочий. В целях эффективного управления кадровым потенциалом отрасли на отдельных предприятиях необходимо обеспечить закрепление всех имеющихся полномочий за конкретными ответственными лицами, для чего целесообразно составлять по процессную матрицу ответственности с соблюдением правил и процедур ее создания применительно к особенностям конкретного предприятия.

3. Принцип дисциплинированности. Данный принцип означает, что каждый работник имеет право действовать только в рамках своих полномочий, соблюдая необходимые согласования. В то же время эффективная реализация данного принципа требует полной передачи полномочий на те уровни, где они фактически реализуются, в противном случае кадровый потенциал не может быть эффективно освоен вследствие излишней бюрократизации. То есть дисциплинированность работников не должна выходить за рамки здравого смысла, например, в случае возникновения противоречий между распоряжениями непосредственного руководителя и соблюдением технологии для более эффективной реализации кадрового потенциала целесообразно отдать предпочтение соблюдению технологии.

4. Принцип единоначалия. Управление кадровым потенциалом должно осуществляться в рамках созданной организационной системы, в рамках которой распоряжения и указания отдаются работникам только одним руководителям, т.е. указания руководства разных уровней не должны вступать в противоречие между собой.

5. Принцип единства направления. После того, как в процессе управления кадровым потенциалом определен конечный целевой показатель необходимо сформировать план мероприятий по достижению этого целе-

вого показателя по всем направлениям освоения кадрового потенциала. В дальнейшем этот план может корректироваться, но отклонения от него в инициативном порядке не должны иметь место; нельзя допускать ситуацию, когда каждое зависимое подразделение создает собственный план освоения кадрового потенциала.

6. Принцип подчинения личных интересов общественным. Соблюдение данного принципа в управлении кадровым потенциалом в первую очередь означает необходимость реализовывать те аспекты кадрового потенциала сотрудника, которые необходимы предприятию для целостного освоения кадрового потенциала, а не те, которые легче всего реализовывать. Так, в случае, когда высококвалифицированный рабочий обладает задатками лидерских качеств, может быть целесообразно воспитывать из него руководителя, а не рабочего высокой квалификации, т.е. использовать в большей степени его скрытый потенциал. Такой подход может встретить сопротивление работников, однако, необходимо убедить их в рациональности и значимости для предприятия именно такого подхода.

7. Принцип справедливого вознаграждения. В формате управления кадровым потенциалом принцип справедливого вознаграждения должен предусматривать получение как морального, так и материального удовлетворения работников в результате освоения кадрового потенциала. При этом должны быть установлены четкие критерии, во-первых, увеличения заработной платы в результате использования сотрудником своего внутреннего кадрового резерва (например, повышение заработной платы при обретении работником дополнительной необходимой предприятию специализации даже если она пока не востребована). Во-вторых, следует также определить, какое моральное поощрение может получить работник в результате участия в программе освоения кадрового потенциала. Естественно, им может стать повышение самооценки, но и со стороны предприятия необходимо предусмотреть некое значимое для работника поощрение в соответствии с его мотивацией.

8. Принцип централизации (децентрализации). Реализация данного принципа в рамках реализации процесса управления кадровым потенциалом подразумевает соблюдение и в этом отношении принципов управления, характерных для данной организации – централизации или децентрализации. То есть, если организация обладает централизованной системой управления, то и система управления кадровым потенциалом должна быть выстроена с учетом этого обстоятельства, и наоборот. Что же касается управления кадровым потенциалом в отрасли, автор полагает, что централизация здесь невозможна. На уровне отрасли могут быть заданы ключевые показатели и стратегия, а управление кадровым потенциалом каждого отдельного предприятия должно проводиться с учетом специфики его собственной системы управления.

9. Принцип скалярной цепи. Реализация данного принципа в управлении кадровым потенциалом подразумевает, что в данном процессе должны быть задействованы все работники предприятия (и, соответственно, отрасли) – от работников низшего звена до топ-менеджмента предприятия. Исключение любого уровня работников из участия в процессе управления кадровым потенциалом (форма участия, естественно, различна для разных категорий работников) приведет к неполному его освоению, а именно, к невозможности охватить все 100% возможностей сотрудников. Неосвоенным останется как раз кадровый потенциал незадействованных сотрудников.

10. Принцип соблюдения порядка. Данный принцип предполагает, что в процессе управления кадровым потенциалом, после утверждения программы его освоения, что все участники программы освоения кадрового потенциала должны выполнять определенные обязанности в определенное программой время.

11. Принцип беспристрастности. Реализация данного принципа в рамках управления кадровым потенциалом предполагает, что мероприятия, направленные на реализацию кадрового потенциала, должны учитывать только объективные характеристики работников. Данный принцип представляется автору очень важным, так как, поскольку управление кадровым потенциалом предполагает значительное воздействие человеческого фактора, необходимо предотвращать возможность влияния субъективных факторов на принятие решений. Естественно, данное утверждение справедливо для всех направлений управленческой деятельности, однако, в случаях, когда задействован не только персонал, этот принцип лучше соблюдается.

12. Принцип стабильности. Рассматриваемый принцип предполагает соблюдение принципа сбалансированности по качественному составу мероприятий программы управления кадровым потенциалом. То есть, в процессе управления им нельзя фокусироваться только на одном направлении (например, повышении квалификации), но должны быть задействованы все стороны, характеризующие кадровый потенциал. В противном случае результат будет далек от желаемого по причине несбалансированности – например, в отсутствие развития нравственной составляющей работники, прошедшие повышение квалификации, могут перейти в другую компанию на более высокооплачиваемую работу. При условии работы и по нравственному направлению возможно развитие лояльности, что будет препятствовать переходу на другую работу.

13. Принцип инициативности. Выше, рассматривая составляющие кадрового потенциала – творческий потенциал и активность – мы отметили, что развитие первого невозможно без второго. Принцип инициативности в контексте управления кадровым потенциалом как раз подразумевает

необходимость развития инициативы работников, в отсутствие которой освоение кадрового потенциала затрудняется.

14. Принцип коллективизма. Заключительный принцип применительно к управлению кадровым потенциалом, подразумевает использование положительного синергетического эффекта для более полного его освоения. Справедливо и обратное суждение: несоблюдение принципа коллективизма с большой долей вероятности может привести к появлению отрицательного синергетического эффекта и торможению процесса освоения кадрового потенциала.

Применение указанных принципов не является гарантией обеспечения эффективного управления кадровым потенциалом предприятия, но создает платформу для формирования у организации стратегического конкурентного преимущества, базирующегося на извлечении положительного эффекта синергии в процессе управления человеческим капиталом.

Библиографический список

1. Рудавина Е.Р., Екомасов В.В. Большая книга директора по персоналу. СПб.: Питер, 2011.
2. Florida R. The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life. Basic Books, 2002.

Контактная информация:

e-mail: tisbi@tisbi.ru

ПОНЯТИЕ ВЗАИМОЗАВИСИМОСТИ В ФИНАНСОВОМ УЧЕТЕ

THE CONCEPT OF INTERDEPENDENCE IN THE FINANCIAL ACCOUNT

Г.А. НОВОСЕЛЬЦЕВА, доцент
Кафедра «Финансовый менеджмент»
Рязанский государственный радиотехнический университет

G.A. NOVOSELTSEVA, Ass. professor
«Financial management» Department
Ryazan state radio-engineering university

Аннотация

В статье рассмотрены основные понятия взаимозависимости, имеющиеся в гражданском и налоговом законодательствах. Приведены основные требования к финансовой отчетности в группе взаимозависимых лиц, к выполнению правил государственного контроля за экономической концентрацией, изложены налоговые последствия совершения сделок между взаимозависимыми лицами.

Abstract

The basic concept of the interdependence in civil and tax law is given in the paper. The basic requirements to the financial reporting in the group of interdependent persons, the performance of the rules of the economic concentration state regulations are stated in the paper. Tax consequences of the transactions between the interdependent persons are also presented.

Ключевые слова: дочерние и зависимые общества, аффилированные лица, группа лиц, связанные стороны, взаимозависимые лица.

Keywords: affiliated and dependent societies, affiliated persons, group of persons, connected parties, interdependent persons.

Многие виды бизнеса организационно существуют в виде нескольких юридических и (или) физических лиц, но в российском законодательстве нет определения для группы компаний, функционирующих в виде холдинга или иных аналогичных структур. Действующий Указ Президента РФ от 16.11.1992 № 1392, которым утверждено «Временное положение о

холдинговых компаниях, создаваемых при преобразовании государственных предприятий в акционерные общества», относится к холдинговым компаниям, доля капитала которых, находящаяся в государственной собственности, в момент создания компании превышала 25%. Поэтому данный документ имеет очень ограниченное применение. Еще одним документом являлся закон «О финансово-промышленных группах», который был отменен 22.06.2007 Федеральным законом № 115-ФЗ. Других документов, определяющих группу совместно действующих юридических лиц, в российском законодательстве не имеется.

На наш взгляд, критериями отнесения различных юридических лиц к одной группе компаний являются:

- контроль за ведением деятельности со стороны одной группы лиц;
- единое управление в виде управляющей компании или наделение полномочий со стороны собственников для управления одному физическому лицу, которое юридически может не являться директором всех юридических лиц.

В данной статье рассматриваются взаимоотношения между коммерческими организациями, совместно ведущими бизнес, в совокупность которых не входят банки и другие кредитные учреждения, и не рассматриваются отношения в финансово-промышленных группах.

Фактическое наличие указанных групп компаний подтверждается большим количеством нормативных документов, которые регламентируют отдельные стороны ведения предпринимательской деятельности именно группами компаний. Но так как эти группы компаний юридически никак не оформлены, то каждое направление законодательства дает им свое определение и регулирует их существование с точки зрения своего направления.

Понятие взаимозависимости используется в следующих сферах деятельности юридических лиц:

- при контроле со стороны государства за экономической концентрацией;
- в учете заинтересованности при заключении сделок;
- при составлении финансовой отчетности, которая предусматривает раскрытие информации об аффилированных лицах, составление сводной бухгалтерской отчетности, раскрытие информации о связанных сторонах, составление консолидированной отчетности;
- налоговые аспекты деятельности, учет взаимозависимости в таможенном законодательстве.

То есть деятельность группы компаний контролируется со стороны государства и необходимо знать и учитывать все направления контроля.

В нормативных документах существуют следующие основные определения взаимозависимости.

1. Дочерние и зависимые общества (ГК РФ ст. 105, 106).

2. Аффилированные лица (ст.4 Закона РСФСР от 22.03.1991 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»).

3. Группа лиц (ст.9 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»).

4. Взаимозависимые лица (Налоговый Кодекс РФ (в ред. Федерального закона от 16.07.2011 № 227-ФЗ) ст. 105.1).

5. Связанные стороны (Приказ Минфина РФ от 29.04.2008г. № 48н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Информация о связанных сторонах» (ПБУ 11/2008»)).

Кроме перечисленных, общих определений, существует ряд более частных определений взаимозависимости, которые отражены, например, в Законе об аудиторской деятельности, в таможенном законодательстве (взаимосвязанные лица (Закон РФ от 21.05.1993 № 5003-1 «О таможенном тарифе»)) и ряде других нормативных актов.

Существует также понятие «заинтересованные в совершении обществом сделки лица» (ст. 81 Федерального закона от 26.12.1995 г. № 208-ФЗ «Об акционерных обществах»), которое необходимо учитывать при совершении сделок, в которых имеется элемент заинтересованности.

Краткая характеристика вышеприведенных понятий, содержащаяся в гражданском законодательстве.

Дочерние и зависимые общества

Хозяйственное общество признается дочерним, если другое (основное) хозяйственное общество имеет возможность определять решения, принимаемые таким обществом. Хозяйственное общество признается зависимым, если другое (преобладающее, участвующее) общество имеет более 20% голосующих акций акционерного общества или 20% уставного капитала общества с ограниченной ответственностью.

Аффилированные лица

Аффилированные лица – физические и юридические лица, способные оказывать влияние на деятельность юридических и (или) физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность.

Критерии аффилированности для разных лиц сведены в таблицу 1.

Таблица 1.

Критерии аффилированности для разных лиц.

Аффилированные лица	Критерий аффилированности
Юридические лица	Член Совета директоров, член коллегиального исполнительного органа, единоличный исполнительный орган

	Лица, принадлежащие к той группе лиц, к которой принадлежит данное юридическое лицо
	Лица, которые имеют право распоряжаться более чем 20% общего количества голосов
	Юридическое лицо, в котором данное юридическое лицо имеет право распоряжаться более чем 20% общего количества голосов
Юридические лица участники финансово-промышленной группы	Член Совета директоров, член коллегиального исполнительного органа, единоличный исполнительный орган участников ФПГ
Физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность	Лица, принадлежащие к той группе лиц, к которой принадлежит данное физическое лицо
	ЮЛ, в котором данное физическое лицо имеет право распоряжаться более чем 20%

Группа лиц

Данное определение содержит наибольшее количество признаков зависимости. Схематично виды зависимости представлены в таблице 2.

Таблица 2.

Виды зависимости между лицами, входящими в группу лиц.

№ п/п	Лицо, входящее в группу лиц	Лицо, входящее в группу лиц	Условие признания для отнесения к группе лиц
1	Хозяйственное общество (товарищество)	Физическое лицо (далее ФЛ) или юридическое лицо (далее ЮЛ)	ФЛ и (или) ЮЛ имеет более чем 50% голосующих акций (доли) в УК общества (товарищества)
2	Хозяйственное общество (товарищество)	Хозяйственное общество (товарищество)	В которых одно и то же ФЛ или ЮЛ имеет более 50% голосующих акций (доли) в уставном капитале каждого из этих хозяйственных обществ (товариществ)
3	Хозяйственное общество	ФЛ или ЮЛ	ФЛ или ЮЛ осуществляет функции единоличного исполнительного органа
4	Хозяйственное общество	Хозяйственное общество	В которых одно и то же ФЛ или ЮЛ осуществляет функции единоличного исполнительного органа

5	Хозяйственное общество (товарищество)	ФЛ или ЮЛ	ФЛ или ЮЛ вправе давать этому хозяйственному обществу (товариществу) обязательные для исполнения указания
6	Хозяйственное общество (товарищество)	Хозяйственное общество (товарищество)	В которых одно и то же ФЛ или ЮЛ вправе давать этим хозяйственным обществам (товариществам) обязательные для исполнения указания
7	Хозяйственное общество	Хозяйственное общество	по предложению такого ФЛ или ЮЛ назначен или избран единоличный исполнительный орган этого хозяйственного общества
8	Хозяйственное общество	Хозяйственное общество	Единоличный исполнительный орган которых назначен или избран по предложению одного и того ФЛ или ЮЛ
9	Хозяйственное общество	ФЛ или ЮЛ	Если по предложению такого ФЛ или ЮЛ избрано более чем 50% количественного состава коллегиального исполнительного органа либо совета директоров
10	Хозяйственное общество	Хозяйственное общество	В которых более 50% количественного состава исполнительного органа или совета директоров избрано по предложению одного и того же ФЛ или ЮЛ.
11	Хозяйственное общество	Хозяйственное общество	В которых более 50% количественного состава коллегиального исполнительного органа и (или) совета директор составляют одни и те же лица
12	Лица, являющиеся участниками одной и той же ФПГ		
13	Физическое лицо	Его супруг, родители, дети, полнородные и неполнородные братья и сестры	
14	Лица, каждое из которых по какому-либо ранее указанному основанию входит в группу с одним и тем же лицом, а также другие лица, входящие с любым из таких лиц в одну группу по какому-либо ранее указанному основанию		
15	Хозяйственное общество (товарищество), ФЛ и (или) ЮЛ, которые по какому-либо из ранее указанных признаков входят в одну группу лиц, если такие лица имеют более чем 50% акций (долей) в УК этого хозяйственного общества (товарищества)		

Связанные стороны

К ним относятся аффилированные лица, участники совместной деятельности, а также организация и негосударственный пенсионный фонд, который действует в интересах работников такой организации.

Анализ приведенных определений показывает, что наиболее общим понятием является понятие «аффилированные лица». Понятие «группа лиц» входит в понятие аффилированных лиц. Дочерние общества относятся к аффилированным, а зависимые к – «группе лиц». «Связанные стороны», за исключением лиц, занимающихся совместной деятельностью и лиц, связанных сотрудничеством с негосударственным пенсионным фондом, тождественны аффилированным лицам.

Ниже приведены последствия наличия в структуре группы компаний лиц, отвечающих приведенным критериям заинтересованности.

1. Акционерные общества обязаны вести учет аффилированных лиц и предоставлять отчетность о них в соответствии с требованиями законодательства. Моментом появления аффилированного лица в общем случае можно считать момент, когда акционерное общество узнало или должно было узнать о факте аффилированности с акционерным обществом конкретного физического или юридического лица. Открытые акционерные общества, а также ЗАО, осуществившие публичное размещение ценных бумаг, обязаны раскрывать информацию об аффилированных лицах в форме списка аффилированных лиц, составляемых ежеквартально на момент окончания отчетного квартала. Раскрытие информации об аффилированных лицах акционерного общества осуществляется путем опубликования текста списка аффилированных лиц, составленного на дату окончания отчетного квартала, не позднее двух рабочих дней с даты окончания соответствующего квартала на странице в сети Интернет. Тексты изменений, произошедших в списке аффилированных лиц, публикуются акционерным обществом на сайте в сети Интернет не позднее двух рабочих дней с даты внесения соответствующих изменений. Акционерное общество обязано не позднее одного дня с даты опубликования на странице в сети Интернет текста аффилированных лиц опубликовать в ленте новостей одного из уполномоченных информационных агентств сообщение об этом факте.

2. Понятие связанных сторон совпадает, как было указано выше, за несколькими исключениями, с понятием аффилированных лиц. Для связанных сторон существует обязанность раскрытия информации в соответствии с ПБУ 11/2008 «Информация о связанных сторонах». Раскрытие в пояснительной записке к бухгалтерской отчетности подлежит перечень связанных сторон, также должна быть раскрыта информация по сделкам между связанными сторонами и о вознаграждениях, выплачиваемых основному управленческому персоналу.

3. Группа лиц подлежит регистрации в антимонопольных органах. При отсутствии такой регистрации, требуется предварительное согла-

сие антимонопольного органа на создание коммерческих организаций и совершение сделок с акциями (долями), имуществом коммерческих организаций, правами в отношении коммерческих организаций, если суммарная стоимость активов лиц, относящихся к группе лиц, превышает 7 млрд. руб. или суммарная выручка от реализации товаров за последний год составила более 10 млрд. руб. Для операций по слиянию и присоединению пороговые значения для получения предварительного разрешения составляют 3 млрд. руб. по суммарной стоимости активов или 6 млн. руб. по выручке. При меньших значениях пороговых показателей (до 400 млн. руб. суммарной стоимости активов) существует обязанность об уведомлении антимонопольного органа о вышеперечисленных сделках. По сделкам внутри группы лиц существует уведомительный порядок.

При расчете пороговых показателей необходимо учитывать, что складываются балансовые показатели всех юридических лиц, относящихся к группе, без исключения взаимных требований и обязательств. Поэтому пороговые значения могут быть достигнуты при отсутствии имущества на указанную сумму, а за счет внутренних займов и других аналогичных оборотов.

5. При наличии у организации дочерних и зависимых обществ, помимо собственного бухгалтерского отчета, составляется также сводная бухгалтерская отчетность, включающая показатели отчетов таких обществ, находящихся на территории Российской Федерации и за ее пределами. Такая обязанность возникает с бухгалтерской отчетности за 2011 год. (Приказ Минфина РФ от 24.12.2010 № 187н «О внесении изменений в Методические рекомендации по составлению и предоставлению бухгалтерской отчетности»).

6. Если ценные бумаги организации допущены к обращению на торгах фондовых бирж и иных организаторов торговли на рынке ценных бумаг, то необходимо составлять консолидированную финансовую отчетность в соответствии с МСФО (Федеральный закон от 27.07.2010 № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности»).

Обобщить изложенное можно следующим образом. Группа компаний, имеющая более 400 млн. руб. суммарной стоимости активов, должна получать согласие или уведомлять антимонопольный орган об учреждении новых юридических лиц, сделках с акциями (долями в уставных) капиталах существующих юридических лиц. При этом должна составляться дополнительная отчетность. Рассмотрим конкретные ситуации.

1. Группа компаний состоит из обществ с ограниченной ответственностью, все 100% долей в уставных капиталах (или более 75%) сосредоточены на одном юридическом лице. Для такой группы существует обязанность составлять сводную отчетность, и в бухгалтерской отчетности раскрывать сведения о связанных сторонах и сделках между ними.

2. Если в такую группу компаний входит открытое акционерное общество, то данное общество дополнительно должно раскрывать информацию об аффилированных лицах.

3. Если ценные бумаги одного юридического лица из описанной группы компаний допущены к обращению на рынке ценных бумаг, то дополнительно к информации, указанной в п.1 и 2 необходимо составлять консолидированную отчетность.

Отдельного рассмотрения требуют налоговые последствия наличия взаимозависимости. Взаимозависимости, определяемые Налоговым кодексом, приведены в таблице 3.

Таблица 3.

Определение взаимозависимости в налоговом законодательстве.

№ п/п	Лицо, относящееся к взаимозависимым лицам	Лицо, относящееся к взаимозависимым лицам	Условие отнесения к взаимозависимым лицам
1	Организация	Организация	Одна организация прямо и (или) косвенно участвует в другой организации и доля такого участия составляет более 25%
2	Организация	ФЛ	Физическое лицо прямо и (или) косвенно участвует в другой организации и доля такого участия составляет более 25%
3	Организация	Организация	Одно и то же лицо прямо и (или) косвенно участвует в этих организациях и доля такого участия в каждой организации составляет более 25%
4	Организация	Лицо	Имеющее полномочия по назначению единоличного исполнительного органа или по назначению 50% коллегиального исполнительного органа или совета директоров
5	Организация	Организация	Единоличные исполнительные органы которых либо не менее 50% состава коллегиального исполнительного органа или совета директоров назначены или избраны по решению одного и того же лица

6	Организация	Организация	В которых более 50% коллегиального исполнительного органа или совета директоров составляют одни и те же физические лица совместно с взаимозависимыми лицами
7	Организация	Лицо	Осуществляющие полномочия ее единоличного исполнительного органа
8	Организация	Организация	В которых полномочия единоличного исполнительного органа осуществляет одно и то же лицо
9	Организация	ФЛ	Доля прямого участия каждого предыдущего лица в каждой последующей организации составляет более 50%
10	ФЛ	ФЛ	Подчинение по должностному положению
11	ФЛ	Его супруг, родители, дети, полнородные и неполнородные братья и сестры	

Организации и физические лица праве самостоятельно признать себя взаимозависимыми по любым другим основаниям, если особенности отношений между ними могут повлиять на какое-либо одно или совокупность следующих обстоятельств: условия заключенных ими сделок, результаты заключенных ими сделок, экономические результаты их деятельности, экономические результаты деятельности представляемых ими лиц. При этом в целях взаимозависимости учитывается такое влияние, которое заключается в возможности одного лица определять решения, принимаемые другими лицами. По этим же основаниям признать взаимозависимыми лицами может суд.

Так как участниками взаимозависимых отношений в налоговом законодательстве могут быть не только юридические, но и физические лица, то и определение взаимозависимости содержит дополнительно критерии отнесения к взаимозависимыми только для физических лиц, в частности критерий подчиненности одного физического лица другому.

В целях налогообложения по сделкам между взаимозависимыми лицами должны быть учтены рыночные цены.

Сделки между взаимозависимыми лицами являются контролируруемыми, если:

- сумма дохода по данным сделкам за календарный год превышает 1 млрд. руб. (норма действует с 2014 года, до этой даты сумма дохода больше: 3 млрд. руб. в 2012 году и 2 млрд. руб. в 2013 году);
- одна из сторон сделки является плательщиком НДС, исчисляемого по налоговой ставке, выраженной в процентах;
- среди сторон сделки есть плательщики ЕСХН или ЕНВД и лица, не уплачивающие эти налоги, сумма доходов по таким сделкам должна превышать 100 млн. руб. в год;
- хотя бы одна из сторон сделки – участник проекта «Сколково»;
- хотя бы одна из сторон сделки является резидентом особой экономической зоны, в которой установлены льготы по налогу на прибыль, сумма доходов по сделкам должна превышать 60 млн. руб. в год.

Обо всех контролируемых сделках организация должна сообщать в налоговую инспекцию. По контролируемым сделкам проводятся специальные налоговые проверки: проверка полноты исчисления и уплаты налогов в связи с совершением сделок между взаимозависимыми лицами. При применении в контролируемой сделке цены, не соответствующей рыночной, налоги можно будет сразу уплатить исходя из рыночных цен.

Организация достоверного, оперативного учета в группе компаний требует создания системы учета, которая давала бы необходимую информацию заинтересованным пользователям. При этом для организации правильного финансового учета необходимо учитывать все существующие определения взаимозависимости и последствия их применения.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.
2. Налоговый Кодекс Российской Федерации
3. Федеральный закон от 26.12.1995 г. № 208-ФЗ «Об акционерных обществах»
4. Закон РСФСР от 22.03.1991 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках».
5. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».
6. Закон РФ от 21.05.1993 № 5003-1 «О таможенном тарифе».
7. Приказ Минфина РФ от 29.04.2008 г. № 48н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Информация о связанных сторонах» (ПБУ 11/2008)».

Контактная информация:

e-mail: novgal@mail.ru

**ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ
ОЦЕНКИ НЕГАТИВНО-ТЕХНОГЕННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ
НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ
АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**THE MAIN PRINCIPLES
OF NEGATIVE ANTHROPOGENIC INFLUENCE
ESTIMATION ON ENVIRONMENT
IN AIRCRAFT INDUSTRY ENTERPRISES**

С.А. ПЕТРУНИН, аспирант
Российский университет кооперации

S.A. PETRUNIN, postgraduate student
Russian University of Cooperation

Аннотация

Автор анализирует теоретические источники, в которых предпринималась попытка сформулировать принципы оценки негативно-техногенного воздействия на окружающую среду на предприятиях авиационной промышленности, и высказано мнение об отсутствии в сфере изучения терминологического смысла понятия «принцип». Автором сформулированы основные принципы оценки: принцип нормирования; принцип обоснования; принцип оптимизации.

Abstract

The author analyzes the theoretical sources, in which attempt to formulate principles of negative anthropogenic influence on environment in aircraft industry enterprises was undertaken, and opinion about lack in the sphere of studying the terminological meaning of the concept «principle» is expressed. The researcher formulates the main principles of such estimation: principle of rationing, principle of substantiation, principle of optimization.

Ключевые слова: принцип, предприятия авиационной промышленности, негативно-техногенное воздействие на окружающую среду.

Keywords: principle, aircraft industry enterprises, negative anthropogenic influence on environment.

Для того, чтобы сформулировать основные принципы оценки негативно-техногенного воздействия на окружающую среду на предприятиях авиационной промышленности, обратимся к теоретическим источникам.

Так, в соответствии с руководством по проведению оценки воздействия на окружающую среду (ОВОС) при выборе площадки, разработке технико-экономических обоснований и проектов строительства (реконструкции, расширения и технического перевооружения) хозяйственных объектов и комплексов от 1 января 1992 года сформулированы следующие принципы ОВОС:

- интеграция (рассмотрение во взаимосвязи) технологических, технических, социальных, природоохранных, экономических и других показателей проектных предложений;
- альтернативность проектных решений, формирование новых вариантов;
- применение ОВОС в качестве инструмента формирования решений на самых ранних этапах проектирования;
- доступность информации по проектным решениям для общественности на самой ранней стадии рассмотрения проекта;
- ответственность заказчика (инициатора) деятельности за последствия реализации проектных решений [3].

В других исследованиях высказаны другие принципы проведения ОВОС:

- принцип презумпции потенциальной экологической опасности любой намечаемой хозяйственной или иной деятельности;
- принцип обязательности проведения государственной экологической экспертизы (ГЭЭ);
- принцип гласности, участия общественных организаций (объединений), учета общественного мнения при проведении экологической экспертизы (ЭЭ);
- принцип научной обоснованности, объективности и законности заключений ЭЭ;
- принцип достоверности и полноты информации, представляемой ЭЭ;
- при проведении ОВОС заказчик (исполнитель) обязан рассмотреть альтернативные варианты достижения цели намечаемой хозяйственной и иной деятельности;
- недопущение (предупреждение) возможных неблагоприятных воздействий на окружающую среду и связанных с ними социальных, экономических и иных последствий в случае реализации намечаемой хозяйственной и иной деятельности [1].

О.Е. Медведева относит к основным принципам эколого-экономической эффективности проектов, в том числе и в авиации:

-
- включение экологических затрат и выгод в денежные потоки, учитываемые при анализе проекта и моделировании денежных потоков;
 - использование в качестве временного горизонта анализа всего периода воздействия проекта на окружающую среду и население, в том числе и после окончания проекта, а не только периода жизненного цикла проекта;
 - учет фактора времени как одного из инструментов для отражения долгосрочных экологических и социальных последствий реализации проекта;
 - распространение пространственных границ проекта до границ его влияния на окружающую среду; естественные и искусственные экосистемы и природные комплексы; учет возможных последствий на разных уровнях влияния проекта – локальном, региональном, национальном;
 - моделирование суррогатных рынков для определения ценности и стоимости природных благ, рынки которых отсутствуют или неразвиты;
 - исключение риска двойного учета затрат и выгод;
 - учет возможности недооценки экологических выгод и природных благ в анализе из-за отсутствия данных, сложностей с их получением и описание данных выгод и благ в качественных показателях;
 - гибкий выбор методов расчета, исходящий из наличия методик, подходящих для оценки последствий определенного типа воздействия и их целесообразности, наличия исходной информации, времени проведения анализа и имеющихся финансовых ресурсов;
 - сравнение социально желательных результатов и частных интересов для анализа возможности устранения возникающих противоречий на ранних стадиях принятия решений и анализ распределения выгод и затрат между различными сторонами, затрагиваемыми проектом;
 - использование анализа «затраты-эффективность» при нецелесообразности или невозможности проведения традиционного анализа «затраты-выгоды», например в случаях, когда выгоды представить в денежном выражении невозможно;
 - сравнение вариантов воздействия на окружающую среду «с проектом» и «без проекта» и использование в некоторых случаях анализа «теневого проекта»;
 - сравнение различных вариантов проектов для учета альтернативных вариантов намечаемой деятельности, в том числе варианта отказа от деятельности для экономического обоснования варианта, предлагаемого для реализации [2].

На взгляд автора, все обозначенные выше принципы являются слишком размытыми и ненаучными, что только доказывает, что в сфере изучения негативно-техногенного воздействия на окружающую среду на предприятиях авиационной промышленности понятие «принцип» строгого терминологического смысла пока не приобрело.

Само понятие «принцип» (от латинского «principium» – первоначало, основа) как понятие теории отражает закономерности системы, отношения, взаимосвязи между ее элементами. Принцип есть фиксация результатов научного познания со всеми вытекающими отсюда последствиями. Обращение к словарям позволяет говорить о трех значениях интересующего нас понятия:

- 1) основное исходное положение какой-либо теории, учения, науки, мировоззрения, политической организации и т.д.;
- 2) внутреннее убеждение человека, определяющее его отношение к действительности, нормы поведения и деятельности;
- 3) основная особенность устройства какого-либо механизма, прибора [4].

В основе построения принципов какой-либо деятельности должна лежать некая база знаний, в первую очередь знания общих законов интересующей нас сферы практики, составляющих ее концептуальную базу, играющих роль упорядочивающего начала, благодаря чему определяются способы подхода и методы деятельности.

С этой позиции сформулируем основные принципы оценки негативно-техногенного воздействия на окружающую среду на предприятиях авиационной промышленности:

- принцип нормирования, состоящий в непревышении допустимых пределов для основных факторов воздействия воздушных судов – авиационного шума и выбросов авиадвигателями загрязняющих веществ;
- принцип обоснования, состоящий в запрещении каких-либо действий, оказывающих негативное воздействие на окружающую среду на предприятиях авиационной промышленности (примером может служить запрет преднамеренного выброса в атмосферу топлива, сливаемого из камеры двигателя или после неудачного запуска);
- принцип оптимизации, состоящий в поддержании на возможно низком и достижимом уровне с учетом экономических и социальных факторов негативно-техногенного воздействия на окружающую среду на предприятиях авиационной промышленности.

Библиографический список

1. Лазарева Л.П. Управление охраной окружающей среды / URL: <http://library.fentu.ru/book/iise/69/index.html>, 2008 (12.05.2011).
2. Медведева О.Е. Методические рекомендации по осуществлению эколого-экономической оценки эффективности проектов намечаемой хозяйственной деятельности. М., 2004.
3. Руководство по проведению оценки воздействия на окружающую среду (ОВОС) при выборе площадки, разработке технико-экономических обоснований и проектов строительства (реконструкции, расширения и

технического перевооружения) хозяйственных объектов и комплексов от 1 января 1992 года.

4. Энциклопедический словарь. М., 1984. С. 1057.

Контактная информация:

e-mail: stanislav.petrunin@pochta.ru

**МОНИТОРИНГ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ
И ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ
МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В ГОРОДЕ МОСКВЕ**

**PRODUCTIVITY AND EFFICIENCY MONITORING
OF LOCAL GOVERNMENTS ACTIVITY IN MOSCOW**

Т.А. ПОРТНОВА

Московская городская Дума

Т.И. ЗВОРЫКИНА,

А.А. ГРИГОРЬЕВ

Институт региональных экономических исследований

T.A. PORTNOVA

Moscow City Hall

T.I. ZVORYKINA,

A.A. GRIGORIEV

Institute of Regional Economic Researches

Аннотация

В статье рассматривается методический подход к мониторингу деятельности органов местного самоуправления внутригородских муниципальных образований в городе Москве, поднимается вопрос об их результативности и эффективности.

Abstract

In the paper the methodical approach to monitoring of activity of local governments of intracity municipal unions in the city of Moscow is considered, the question on their productivity and efficiency is brought up.

Ключевые слова: местное самоуправление, мониторинг, муниципальное образование, результативность, эффективность.

Keywords: local government, self-management, monitoring, municipal union, productivity, efficiency.

В соответствии с действующим законодательством местное самоуправление в Москве осуществляется в границах 125 муниципальных

образований, созданных на территории районов города Москвы (включая районы города Зеленограда) [1]. В каждом районе действует представительный орган местного самоуправления (муниципальное собрание) и исполнительный орган местного самоуправления (муниципалитет).

В целях повышения результативности (эффективности) работы органов местного самоуправления в городе Москве предлагается проводить мониторинг их деятельности, который позволит осуществлять непрерывное наблюдение за выполнением возложенных на них функций.

По результатам мониторинга могут оцениваться конкретные результаты работы органов местного самоуправления и своевременно приниматься корректирующие управленческие решения. Практическим инструментом для проведения мониторинга может служить специально подготовленная для города Москвы методика. Следует отметить, что для органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов оценка эффективности и проведение мониторинга осуществляется в соответствии с Указом Президента РФ от 28 апреля 2008 года № 607, однако для городов федерального значения на государственном уровне подобный документ отсутствует.

Целью проведения мониторинга является совершенствование Правительством Москвы и органами местного самоуправления системы оценки и стимулирования деятельности органов местного самоуправления внутригородских муниципальных образований в городе Москве, обеспечивающей переход к более результативным моделям муниципального управления [1].

Институтом региональных экономических исследований подготовлен проект методики мониторинга оценки деятельности органов местного самоуправления, в которой сформулированы следующие задачи:

- оценка эффективности расходования бюджетных средств;
- оценка динамики изменения показателей, характеризующих качество жизни населения Москвы (в пределах полномочий органов местного самоуправления);
- оценка уровня социального развития внутригородских муниципальных образований в городе Москве;
- оценка степени внедрения методов и принципов управления;
- формирование системы исходных данных для расчета показателей результативности (эффективности) деятельности органов местного самоуправления;
- расчет оценочных показателей деятельности органов местного самоуправления внутригородских муниципальных образований в городе Москве в соответствии с выполняемыми функциями и переданными полномочиями;

– анализ полученных результатов расчета и разработка алгоритма проведения мониторинга деятельности органов местного самоуправления внутригородских муниципальных образований в городе Москве.

Принципами проведения мониторинга является: объективность, открытость, гласность и комплексность в работе специалистов [2].

В целях комплексного анализа и оценки результативности (эффективности) деятельности органов местного самоуправления внутригородских муниципальных образований в городе Москве мониторинг может осуществляться по направлениям:

– вопросы, решаемые органами местного самоуправления внутригородских муниципальных образований в городе Москве непосредственно, вопросы, в решении которых органы местного самоуправления принимают участие, вопросы, требующие согласования с органами местного самоуправления, вопросы, по которым органы местного самоуправления вносят предложения;

– организация досуговой, социально-воспитательной, физкультурно-оздоровительной и спортивной работы с населением по месту жительства;

– опека и попечительство;

– образование и организация деятельности районных комиссий по делам несовершеннолетних.

Источниками информации при проведении мониторинга могут быть сведения: органов официальной статистики; органов исполнительной власти города Москвы; органов местного самоуправления; мнения экспертов в области местного самоуправления; средства массовой информации; результаты опроса жителей внутригородских муниципальных образований в городе Москве.

В качестве исходных данных при проведении мониторинга могут быть использованы двенадцать основных показателей такие, как: число постоянно проживающих жителей во внутригородском муниципальном образовании в городе Москве; число подростков (от 8 до 16 лет); число избирателей; число инвалидов; число многодетных семей; доля населения, участвующая в муниципальных выборах к общему числу избирателей; доля проведенных опросов по инициативе жителей от общего числа опросов на территории внутригородского муниципального образования и др.

Для проведения мониторинга может быть использована типовая форма доклада руководителей муниципальных образований, которая характеризует результаты достигнутых значений показателей оценки результативности (эффективности) деятельности органов местного самоуправления внутригородских муниципальных образований в городе Москве за отчетный год и их планируемых значениях на трехлетний период.

Для определения динамики развития местного самоуправления на территории внутригородского муниципального образования устанавливаются целевые показатели и нормативы (базовые значения показателей).

Целевые значения показателей утверждаются на трехлетний период. Для каждого года текущего периода могут быть определены промежуточные показатели. Целевые значения показателей необходимы для расчета неэффективных расходов. Величина целевых значений показателей и нормативов может устанавливаться на основе оценки: среднего уровня по Москве; среднего значения по группе внутригородских муниципальных образований в городе Москве; нормативного или целевого значения показателя, установленного или рекомендованного в соответствии с нормативными правовыми или иными актами (в случае их наличия); значений показателей в предшествующем настоящему году; расчета показателя на основе экспертной оценки.

Исследуемые показатели могут оцениваться по количественному признаку (ед., шт., м, чел.), по альтернативному признаку (да/нет), в процентах по отношению к базовому значению, в % к предыдущему году и т.д.

В ходе проведения мониторинга показатели различаются по динамике их изменения. Устойчивость и развитие деятельности органов местного самоуправления может характеризоваться как показателями, имеющими позитивную динамику, так и показателями с негативной динамикой.

Мониторинг организации муниципального управления в целом осуществляется на основе оценки эффективности управления в сфере организации муниципального управления [2, 3].

Неэффективными расходами в сфере организации муниципального управления являются бюджетные средства, направленные на содержание органов местного самоуправления и превышающие для Москвы нормативы формирования расходов на содержание органов местного самоуправления. Расчет доли расходов бюджета внутригородского муниципального образования на содержание органов местного самоуправления в общем объеме расходов бюджета внутригородского муниципального образования, признанных неэффективными расходами в сфере организации муниципального управления ($D_{МУ}$) может определяться по формуле:

$$D_{МУ} = \left(\frac{P_{ОМС}}{P_{Общ.}} 100 \right) - k ,$$

где:

$P_{ОМС}$ – расходы бюджета ВМО на содержание органов местного самоуправления;

$P_{Общ.}$ – общий объем расходов бюджета ВМО;

k – норматив расходов на содержание органов местного самоуправления, установленный органами исполнительной власти города Москвы.

В случае, если $D_{МУ}$ меньше нуля, то неэффективные расходы отсутствуют.

Методика подлежит уточнению по мере внесения изменений в законодательство Москвы, а также обобщения практического опыта ее применения.

Таким образом, мониторинг деятельности органов местного самоуправления создает предпосылки для системного исследования результативности и эффективности управления муниципальными образованиями, принятия решений и мер по дальнейшему совершенствованию муниципального управления, а также внедрения системы стимулирования (поощрения) внутригородских муниципальных образований в городе Москве, достигших наилучших значений показателей.

Библиографический список

1. Закон города Москвы от 06.11.2002 № 56 «Об организации местного самоуправления в городе Москве» (с последующими изменениями и дополнениями).

2. Портнова Т.А., Зворыкина Т.И. Методический подход к мониторингу деятельности органов местного самоуправления в городе Москве // Сб. научн. трудов. Проблемы теории и практики реформирования региональной экономики. Вып. 10. М.: Экон-Информ, 2009.

3. Бледная Н.И., Зворыкина Т.И. Стратегия развития местного самоуправления в Москве до 2025 года // Вестник Российской академии естественных наук. 2010. Том 10. № 2.

Контактная информация:

8 (916) 657 28 65

e-mail: sss2800@mail.ru

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

MODERN MANAGEMENT STRUCTURE

Л.А. ПРИВИВКОВА, аспирант
Кафедра «Экономика»
МАТИ

L.A. PRIVIVKOVA postgraduate student
«Economy» department
MATI

Аннотация

В статье дается анализ современного процесса управления предприятиями. С учетом развития промышленной отрасли показаны сложности конкурентной борьбы за лидерство и необходимость применения инновационных технологий в системе управления предприятием. Описаны сложности внедрения автоматизированных нововведений и последствия неправильного выбора комплексного развития для современных промышленных предприятий России.

Abstract

This paper contains development review of modern enterprise management process. Taking into account the development of industry sector shows the complexity of competition for leadership and the need for innovative technologies in the enterprise management system. The complexity of implementing automated innovations and the consequences of wrong choices for integrated development of modern industrial enterprises in Russia is described. The problems encountered in the implementation of Enterprise Application Suite are shown.

Ключевые слова: промышленность, инновационные технологии, структура, КИС, АСУП, ИСУП.

Key words: industry, innovative technology, structure, EAS, AEMS, IEMS.

В условиях рыночной экономики предприятие нуждается в решении задач управления на качественно новом уровне. Необходимость оперативного реагирования на конъюнктуру рынка и быстро меняющуюся эконо-

мическую ситуацию требует перестройки внутренней микроэкономики предприятия, постановки управленческого учета, оптимизации процессов управления.

Процесс управления предприятием реализуется в рамках *системы управления предприятием*. Кстати, не стоит путать это понятие с автоматизированной системой управления, о которой речь пойдет ниже. Система управления существует на любом предприятии независимо от того, задумывались ли вы явно об ее структуре и задачах.

Качественная система управления проста и прозрачна, информация едина и достоверна, причём очень важно, что достоверность информации гарантируется собственно системой управления в целом, а не отдельными людьми. В результате достигается возможность простого и эффективного контроля за работой компании в целом, контроля отдельных процессов и даже контроля деятельности отдельных сотрудников.

В современных условиях развитие промышленных предприятий и реформирование экономики связаны с переходом на инновационный путь развития.

Одним из важнейших средств решения этой задачи является интеграция инноваций, инвестиций и производства с целью формирования единой целостной инновационно-производственной системы, которая должна обеспечивать реализацию инновационных проектов и довести их до реализации новой продукции и услуг.

Значительную роль в развитии промышленных предприятий играет не только производственный менеджмент как организация процесса производства с целью сокращения издержек и повышения качества производимой продукции, но и инновационный менеджмент, обеспечивающий инновационный тип развития промышленных предприятий, которые должны работать в новой экономике РФ. В современной теории и практике управления многие проблемы, связанные с использованием инновационного потенциала предприятий недостаточно проработаны.

Так как потенциал предприятия состоит из ряда самостоятельных системных категорий, которые взаимодействуя образуют синергетический эффект деятельности предприятия, на промышленных предприятиях необходимо формирование эффективной инвестиционно-производственной системы менеджмента, которая должна обеспечивать эффективность деятельности промышленных предприятий на основе повышения эффективности управления инновационным потенциалом. Это сложный и длительный процесс, который требует разработки теоретико-методических и научно-обоснованных положений на уровне промышленного предприятия.

Сегодня в условиях новой экономики только 30% инновационных проектов доходят до производства, поэтому проблема интеграции инновационного и производственного менеджмента – это проблема формирования и поиска рынка, интеграции науки и производства, интеграции произ-

водства, инноваций и инвестиций, а также развития науки и техники на промышленном предприятии с целью инновационного развития промышленных предприятий [5].

Рассмотрим вопросы автоматизации управления для динамично развивающихся предприятий, успешно перешедших из числа малых в состав так называемых средних, встретившихся с перечисленными выше проблемами и готовых сделать качественный скачок в используемых способах управления.

На сегодняшний день подобные предприятия составляют подавляющее большинство в общем числе предприятий, нуждающихся в комплексной автоматизации процесса управления. Объективная необходимость повышения эффективности управления за счет комплексной автоматизации определяется сегодня для этих предприятий неумолимыми условиями конкурентной борьбы на рынке товаров и услуг.

Корпоративные информационные системы на российских предприятиях

Автоматизация – одна из главных тенденций развития современного управления предприятиями. Нынешний уровень развития автоматизированных систем управления предприятиями можно обозначить как уровень интегрированного управления. В связи с этим в деловом и научном мире используется аббревиатура КИС – корпоративные информационные системы.

Корпоративная информационная система – это принадлежащая корпорации (предприятию) система, которая управляет корпорацией (предприятием) на базе единой модели, включающей все процессы и функции бизнеса, совершая автоматизированные операции с информацией в рамках полного управленческого цикла прямой и обратной связи.

Критериев выбора систем автоматизации, как и многих других достаточно сложных и дорогих товаров (например, автомобилей), существует, конечно же, много. Какие-то из них крайне важны, какие-то могут отражать очень индивидуальные потребности. В подобных ситуациях следует во многом ориентироваться на "здоровый смысл", а также иметь в виду некоторые ключевые моменты, носящие специальный характер [1].

Главный управленческий смысл КИС – управление более эффективным способом по сравнению с предшествующими инструментами управления предприятиями. Несмотря на то, что КИС по определению должны способствовать положительному развитию бизнеса, на практике очень часто оказывается наоборот: предприятия тратят большие деньги на приобретение и внедрение системы, но не получают ожидаемого эффекта.

Несмотря на это, предприятия все равно расходуют большие средства на покупку и внедрение КИС, обосновывая это «вынужденной стратегической необходимостью», а проще говоря, необходимостью равного соперничества с конкурентами (особенно зарубежными), которые активно

используют преимущества интегрированного автоматизированного управления.

Когда речь идет о неудачах внедрения и использования КИС, имеется в виду в первую очередь увеличение, порой до бесконечности, сроков внедрения систем, внеплановое удорожание стоимости внедрения, неполная реализация (инсталляция) опций систем, слабое использование систем в эксплуатации, трудности развития систем, их обслуживания, низкая надежность.

Многие руководители не понимают: программное решение является лишь одним из кирпичиков будущей системы. Построение КИС – это серьезное изменение структуры предприятия, и «обойтись без перепроектирования отдельных бизнес-процессов нереально (хотя бы в силу того, что КИС сама по себе подразумевает внедрение новых правил архивирования и обработки информации)». Кроме того, программные комплексы, на которых базируются КИС, сложны, и зачастую заказчик выбирает не совсем подходящую ему систему. Г. Н. Калянов также описывает ситуации неправильного выбора ИС, когда «выбор самого тиражируемого решения был осуществлен не на основании детальных функциональных требований к ИИСУП, а просто навязан поставщиком» [7].

М. К. Ценжарик выделяет две проблемы КИС в России. Во-первых, непонимание того, что КИС – это сфера компетенции, прежде всего менеджеров, а уж после – программистов. Во-вторых, трудности возникают при стыковке существующей на предприятии управленческой и организационной структуры со структурой КИС.

Г. А. Шепталин приводит статистику причин неудач проектов внедрения КИС: «невнимание руководства к проекту (40%); отсутствие четких целей проекта (17%); неформализованность бизнес-процессов на предприятии (14%); неготовность предприятия к изменениям (12%); нестабильность законодательства (6%); коррупция на предприятиях (5%); низкая квалификация кадров на предприятии (4%); недостаточное финансирование проектов (2%)» [8].

Суммируя мнения экспертов, проблемы можно классифицировать в соответствии с этапами проекта внедрения и эксплуатации КИС, на которых они возникают (проблемы разработки проекта, внедрения и эксплуатации), или в соответствии с этапами цикла управления проектом (проблемы целеполагания, планирования, организации и исполнения, контроля и регулирования, прямой и обратной связи).

Особенностью решения задач управления на средних и крупных предприятиях является необходимость использования в качестве одной из основ для принятия решений данных управленческого учета.

Сегодня сложилось немало течений и методологических подходов к организационному проектированию. Большинство моделей проектирования строились для универсального применения без учета особенностей ор-

ганизаций. Основываясь на опыте менеджеров высшего звена крупнейших компаний, можно утверждать, что особенно редко учитывают специфику крупных компаний.

В основании предлагаемой методологии проектирования полного цикла, предложенной К.А. Кравченко, лежит культура управления качеством и непрерывных улучшений. Модель организационного проектирования полного цикла для крупных компаний состоит из четырех основных этапов: диагностика, проектирование, внедрение и анализ эффективности [2].

Этапы взаимосвязаны и образуют замкнутый цикл, в котором оценка результатов внедрения является не финалом, а материалом для дальнейшего моделирования изменений и улучшений действующей модели.

Для модели основа – не бюрократический способ управления, свойственный большинству крупных организаций, а менеджмент качества и культура постоянных совершенствований.

Сегодня в российской корпоративной практике наиболее распространена организационная форма, которую Г. Минтцберг называет «механической бюрократией» [4]. Механическая бюрократия обеспечивает эффективность глубокой специализацией и стандартизацией. Она унифицирует процессы производства и управления (инструкции), их темп и ритм (графики, планы), потребление ресурсов (нормы, лимиты), а также поведение работников (организационные регламенты, политики).

Другим подходом к управлению в крупных компаниях является менеджмент качества. Полное использование резервов повышения качества и эффективности возможно только в том случае, если система организационных механизмов стимулирует коллективные действия, обеспечивает мобилизацию интеллектуального потенциала работников, осуществляющих процессы. Для этого в крупных компаниях, использующих такой стиль управления, создается система организационных политик и стандартов, стимулирующих приверженность работников корпоративным целям, взаимодействие в команде и единую корпоративную культуру.

Основы культуры постоянных совершенствований (кайдзен) [3] были заложены в Японии в прошлом веке. Культура, ориентированная на процесс постоянных улучшений, стала альтернативой западной культуре, ориентированной на результат. Сегодня культура постоянных совершенствований доказала эффективность. (На автомобильном рынке сейчас по всем показателям лидирует компания «Тойота», стоявшая у истоков культуры постоянных улучшений. Компании «Форд» и «Дженерал Моторс» находятся в кризисе.)

К. А. Кравченко уверен, что основы культуры постоянных улучшений необходимо развивать во всех крупных компаниях, ориентированных на международный рынок, на глобальную конкуренцию. За этим типом

культуры будущее, поэтому уже сейчас при проектировании системы управления организацией важно закладывать ее основы [2].

Основные параметры культуры постоянных совершенствований, применительно к построению методологии проектирования полного цикла, можно сформулировать следующим образом:

– Повышение качества системы управления – первоочередная задача и ответственность руководства компании.

– Чтобы вовлечь каждого сотрудника компании в движение по повышению качества, менеджмент должен дать возможность всем сотрудникам участвовать в его подготовке, реализации и оценке результатов.

– Повышением качества следует заниматься постоянно и планомерно. Это касается любого подразделения организации.

– Повышение качества должно стать непрерывным процессом.

– Организация должна уделять пристальное внимание потребителям и пользователям как за пределами компании, так и внутри нее (ключевым критерием оценки для эффективности системы управления персоналом должно стать мнение ее клиентов – менеджеров и других сотрудников).

– Все подразделения должны знать о достижениях конкурентов (необходим мониторинг рынка для сравнения относительной эффективности системы).

– Основных внешних контрагентов надо привлекать к участию в политике качества компании. Это касается и внешних, и внутренних поставщиков ресурсов и услуг.

– Самое пристальное внимание должно уделяться обучению и подготовке. Надо дать оценку текущей работе по обучению и подготовке, учесть ее вклад в политику качества.

– Политика качества должна разъясняться и пропагандироваться во всех подразделениях компании, чтобы донести ее до каждого сотрудника (для внутренней и внешней пропаганды и обмена данными должны использоваться доступные средства массовой информации, каналы внутренней внеличностной и межличностной коммуникации).

– Отчетность об успехах и реализации этой политики будет постоянным пунктом повести дня на управленческих совещаниях самого высокого уровня (правление или совет директоров).

Связующим звеном для всех этапов рассматриваемой методологии организационного проектирования выступает культура постоянных совершенствований.

В общем виде проект системы управления состоит из диагностического исследования, технического задания, рабочего проекта, бизнес-плана внедрений, механизма измерения эффективности системы управления персоналом и механизма постоянных совершенствований, а также набора прикладных документов, включающих регламенты, методики и инструкции по отдельным направлениям управления.

В модели менеджмента К.А. Кравченко отсутствует разделение ролей по уровням служебной иерархии. Каждый сотрудник организации должен быть заинтересован в улучшении своего участка работы, располагать полномочиями на улучшения и отвечать за свой результат. Это позволяет постоянно повышать эффективность работы организации как системы.

Общие проблемы автоматизации управления предприятием

Во-первых, возможности компьютеров не безграничны. В действительности даже самые современные системы автоматизации управления предприятием управленческих решений сегодня самостоятельно не принимают.

Дело в том, что для автоматизации принятия управленческих решений на верхнем уровне необходимо учитывать очень большое число трудно формализуемых факторов. Далеко не все из них могут быть выражены количественно. Поэтому автоматизация управления сегодня – это, в основном, автоматизация различных областей учета, документооборота и др. с целью оперативной подготовки информации для принятия руководителями различных уровней обоснованных управленческих решений. Таким образом основным результатом внедрения автоматизированной системы управления является возможность получения необходимой информации. И следует принять самое непосредственное участие в процессе автоматизации [6, с. 26].

Придется руководить работами по крайней мере в следующих направлениях:

- выбор подхода к построению автоматизированной системы управления на вашем предприятии;

- выбор конкретной базовой программной системы управления из имеющихся на рынке;

- построение модели системы управления вида «как есть» и, возможно, ее реорганизация на базе модели «как должно быть»;

- внедрение системы автоматизации управления;

- анализ плановой эксплуатации системы и определение направлений ее развития в соответствии с направлениями развития вашего бизнеса.

На каждом из перечисленных этапов могут подстерегать подводные камни. Нелишне также иметь в виду то обстоятельство, что внедренная система постепенно морально устареет и потребует обновления. Утешением от всех этих напастей для вас может служить перспектива успешного развития бизнеса с использованием новых возможностей управления за счет внедрения автоматизированной системы.

Современное предприятие, ориентированное на внешние условия, учитывающее специфику внутренней среды при принятии управленческих решений, бесспорно вынуждено следовать определённой «линии поведения», которую принято называть стратегией. Собственно, стратегия – это

процесс и результат планирования деятельности предприятия на долгосрочную и среднесрочную перспективы. Стратегическое управление предполагает выработку комплексной стратегии, отражает генеральное направление развития предприятия. Рассматривая процесс организационного развития предприятия, подчёркивая его комплексность, отметим, что при рассмотрении стратегии организационного развития это позволяет нам выделить организационную, производственную, рыночную, финансовую, кадровую стратегии предприятия. Эти стратегии, в сущности, соответствуют системе целей и задач предприятия и призваны обеспечить достижение последних.

Развитие теорий управления организацией показывает смещение акцентов к человеку как главному ресурсу организационного развития. Эволюция теории и практики управления выдвигала на первый план то одни, то другие проблемы и, тем не менее, демонстрировала становление культурологического подхода к управлению, что, прежде всего, выразалось в стремлении исследователей учитывать социальный аспект предприятия, рассматривать его как динамическую составляющую, а не редко и как ключевой фактор организационного развития.

Многие руководители уверены, что для эффективного управления складом, производством, компанией нужны дорогие суперпрограммы. Еще большее заблуждение, насаждаемое продавцами этих программ, что именно внедрение таких программ и, собственно, создает систему эффективного управления.

Правильно найти “свою” автоматизированную систему управления не просто. На Западе процесс выбора систем корпоративного управления занимает обычно 6-9 месяцев.

Библиографический список

1. Березовский С. Как выбрать систему автоматизации управления предприятием http://www.iteam.ru/publications/it/section_54/article_1930.
2. Кравченко К.А. Методология организационного проектирования систем управления // Менеджмент в России и за рубежом. 2006. № 4.
3. Масааки И. Кайдзен – ключ к успеху японских компаний. М.: Альпина бизнес букс, 2004.
4. Минтцберг Г. Структура в кулаке. СПб.: Питер, 2002.
5. Панчева Л.А. Интеграция инновационного и производственного менеджмента как фактор экономического роста // Современный менеджмент как ключ к подъему экономики региона: Сборник научных трудов. Вып. 5. Орел: ОРАГС, 2006. С. 153-158.
6. Петров Ю.А., Шлимович Е.Л., Ирюпин Ю.В. Комплексная автоматизация управления предприятием. Учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2001. 160 с.

7. Хапов Д.П. Корпоративные информационные системы на российских предприятиях: в чём проблемы? // Менеджмент в России и за рубежом. 2004. № 4.

8. Шепталин Г.А. Методологические проблемы внедрения информационных систем управления бизнес-процессами предприятия // Стратегическое управление ресурсами предприятия: Сборник статей участников Международной научно-практической конференции (25-26 апреля 2003 г.) / Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2003.

Контактная информация:

8 (499) 141-94-18

e-mail: kavava@list.ru

**ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ПРОМЫШЛЕННЫЕ
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ СИСТЕМЫ
ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СИНЕРГЕТИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

**INTELLIGENT INDUSTRIAL PRODUCTION SYSTEMS
AT SYNERGETIC DEVELOPMENT**

М.Б. ПУШКАРЕВА, к.э.н., доцент
Кафедра «Финансовый менеджмент»
МАТИ

M.B. PUSHKAREVA, Cand. of Economic Sci., Ass. professor
«Financial management» Department
MATI

Аннотация

Статья рассматривает синергетическое развитие интеллектуальных промышленных производственных систем. Синергетика достаточно новое направление в области человеческого познания. Для того, чтобы добиться синергетического развития, следует прежде всего определить преобладающий тип интеллектуальной промышленной производственной системы и учесть её основные особенности.

Abstract

This paper is devoted to consideration of Intelligent industrial production systems' synergetic development. Synergy is a new enough direction in the field of human knowledge. To achieve synergy development first of all it is necessary to define a type of intellectual industrial production system and to consider its basic features.

Ключевые слова: синергетика, интеллектуальная промышленная производственная система, аттрактор, открытая система, синергетическое развитие.

Key words: synergy, intellectual industrial production system, attractor, open system, synergetic development.

Специфика предмета синергетики состоит в том, что она изучает процессы самоорганизации в открытых интеллектуальных промышленных производственных системах с точки зрения нелинейного мышления. Объ-

ектом же исследования являются сложноорганизованные неравновесные системы, находящиеся на различных стадиях перехода от хаоса к порядку и обратно. Синергетика достаточно новое направление в области человеческого познания. Новизна этого направления достигается за счет использования нелинейного мышления и синтеза достижений различных наук при конструировании образов различного уровня. По определению философского словаря, синергетика – это область научного знания, в которой посредством междисциплинарных исследований выявляются общие закономерности самоорганизации, становления устойчивых структур в открытых системах.

Основная задача синергетики состоит в выявлении общих закономерностей и единства методов описания и моделирования процессов эволюции и самоорганизации в физических, химических, биологических, экологических, социологических, вычислительных и других естественных и искусственных системах.

Термин “синергетика” происходит от греческого “синергос” – совместно действующий. Он был впервые применен для обозначения нового научного направления профессором университета Штутгарта (Германия) Германом Хакеном [1]. Таким образом, в самом названии нового научного направления его автором была заложена идея междисциплинарности и совместного действия. В данном случае имеются в виду совместные усилия ученых многих областей знания по поиску новых парадигм развития открытых и закрытых систем различного уровня и характера.

У синергетики сложился собственный предмет исследования. Она изучает закономерности и механизмы самоорганизации (перехода от хаоса к порядку) в открытых нелинейных системах сложной конфигурации, к которым с уверенностью можно отнести и интеллектуальные производственные промышленные системы.

Интеллектуальная промышленная производственная система представляет собой совокупность множества элементов и подсистем различного уровня сложности и направленности действия, спроектированных и построенных для реализации целей изготовления и выпуска промышленной продукции и повышения эффективности функционирования промышленной организации.

Когда идёт речь об интеллектуальной промышленной производственной системе, то в первую очередь задаётся вопрос, о том, какие признаки интеллекта должны характеризовать такую систему. Очевидно, что интеллектуальная промышленная производственная система должна уметь в наборе фактов распознавать наиболее существенные, а также быть способной из имеющихся фактов и знаний сделать выводы не только с использованием дедукции, но и с помощью аналогии, индукции и т.д. Кроме того, интеллектуальная промышленная производственная система должна

обладать умением давать самооценку, т.е. обладать рефлексией – средствами для оценки результатов собственной работы.

Интеллектуальная промышленная производственная система, при помощи определенного набора подсистем, должна также уметь отвечать на вопросы о том, каким образом получен тот или иной результат. Обязательным условием для функционирования интеллектуальной промышленной системы является её способность обобщать данные, обнаруживать сходство между имеющимися в её распоряжении фактами.

Центральным понятием в интеллектуальной промышленной производственной системе является знание. Существует множество определений знания. Например, знание есть результат, полученный познанием окружающего мира и его объектов или система суждений с принципиальной и единой организацией, основанная на объективной закономерности.

Основной особенностью интеллектуальных промышленных производственных систем является то, что они оперируют со знаниями. Таким образом, обычный программный технологический комплекс, оперирующий напрямую с деталями или заготовками, является низшим звеном интеллектуального промышленного производственного комплекса. Отсюда следует, что интеллектуальную промышленную производственную систему можно условно разделить на два модуля – «механический» и «интеллектуальный». Так называемый механический модуль отвечает непосредственно за процесс какого-либо физического воздействия на элементы приборов и устройств, тогда как задача интеллектуального модуля – управление и контроль процесса такого воздействия. Как правило, под механическим модулем понимается либо робототехнический комплекс, либо некая гибкая производственная промышленная система.

Наиболее сложным элементом интеллектуальной промышленной производственной системы является её интеллектуальный модуль. Развитие интеллектуальных промышленных производственных систем напрямую связано с прогрессом в области информационных технологий, темп развития которых постоянно увеличивается.

Сама интеллектуальная промышленная производственная система состоит из нескольких элементов, каждый из которых является, по своей сути, отдельным направлением научных знаний.

Таковыми элементами являются:

- интеллектуальное программирование и интеллектуальный интерфейс;
- система адаптивного поиска логического вывода и языковые средства;
- система представления знаний и формирования понятий;
- система формирования адаптивных решающих правил;
- система логического анализа и распознавания сцен;
- система искусственного зрения и распознавания.

Одним из наиболее важных и дорогостоящих компонентов интеллектуальной промышленной производственной системы является алгоритмическое и программное обеспечение. При его разработке речь идет о создании не отдельных алгоритмов и реализующих их программных модулей, а о сложных программных комплексах, включающих сотни тысяч команд.

Синергетическое развитие интеллектуальных промышленных производственных систем происходит с учетом следующих направлений:

1) Сложноорганизованным системам нельзя навязывать пути их развития. Скорее необходимо понять, как способствовать их собственным тенденциям развития, как вывести общественные системы на эти пути. Проблема управляемого развития принимает, таким образом, форму проблемы самоуправяемого развития;

2) Хаос может выступать в качестве созидающего начала, конструктивного механизма эволюции, как через хаос осуществляется связь разных уровней организации;

3) Для сложных систем, как правило, существует несколько альтернативных путей развития;

4) Понимание общих принципов организации эволюционного целого имеет большое значение для выработки правильных подходов к построению сложных систем;

5) Синергетика дает знание о том, как надлежащим образом оперировать со сложными системами и как эффективно управлять ими;

6) Синергетика раскрывает закономерности и условия протекания быстрых, лавинообразных процессов нелинейного, самостимулирующего роста. Она позволяет понять, как инициировать такого рода процессы в открытых нелинейных средах, например в среде экономической, и какие существуют требования, позволяющие избегать вероятностей распада сложных структур вблизи моментов максимального развития.

Для того, чтобы добиться синергетического развития следует определить преобладающий тип интеллектуальной промышленной производственной системы. Речь идет, прежде всего, о содержании понятий открытости и закрытости системы. Открытость – означает прежде всего такое свойство интеллектуальной промышленной производственной системы, при котором она имеет возможность непрерывного обмена веществом, энергией и информацией с окружающей средой. Причем, возможности такого обмена существуют в каждой точке системы, а не только через фиксированные каналы. Также открытая интеллектуальная промышленная производственная система имеет возможность управления всеми ресурсами системы из любой ее точки. Так должна выглядеть открытая интеллектуальная промышленная производственная система в идеале. На практике же мы встречаемся с целой гаммой переходных состояний от полной открытости до полной изоляции [2].

Несмотря на то, что открытая интеллектуальная промышленная производственная система представляет собой логически и организационно единый комплекс, каждый отдельный элемент комплекса имеет достаточно степеней свободы для своего индивидуального самовыражения и развития, не нарушающего целостность системы.

Нелинейность является фундаментальной характеристикой открытой интеллектуальной промышленной производственной системы и предполагает непрерывность выбора альтернатив ее развития. Нелинейная интеллектуальная промышленная производственная система обязательно многомерна, многовариантна и не поддается классическим методам описания, что порождает потребность в выработке таких методов, которые отвечали бы условиям задачи. Как известно, в математике нелинейными называют такие уравнения, которые имеют несколько качественно различных решений. Множеству способов решения задач, связанных с нелинейными уравнениями, соответствует множество путей, описываемых этими уравнениями. Необходимость анализа подобных ситуаций в познавательной деятельности привела многих ученых к разработке методологии решения эвристических проблем в нелинейных средах. Эта методология получила название нелинейного мышления [3].

Синергетическое развитие интеллектуальных промышленных производственных систем, в этой точки зрения, представляет собой возможность и готовность к появлению нового, к выбору из альтернатив, к неожиданному разрастанию незначительных флуктуаций в макроструктуру, а также понимание возможности ускорения темпов развития, инициирования процессов быстрого, нелинейного роста. Новое возникает в результате флуктуаций как эмерджентное, т.е. не всегда предсказуемое, и в то же время новое «запрограммировано» в виде спектра возможных путей развития, спектра относительно устойчивых структур-аттракторов эволюции. Вновь возникающее, являясь шагом вперед, всегда оказывается в некоторой степени и шагом назад относительно предыдущего состояния.

Понятие самоорганизации выражает способность сложных интеллектуальных промышленных производственных систем к упорядочению своей внутренней структуры. Самоорганизация в сложных и динамичных открытых интеллектуальных промышленных производственных системах возможна лишь при наличии достаточно большого числа взаимодействующих элементов. Причем поведение взаимодействующих элементов должно быть кооперативным и когерентным. Таким образом, с появлением когерентности в движении и развитии, превращающей разобщенное развитие отдельных элементов в согласованное – в кооперативный процесс, возникает и новая динамическая структура интеллектуальной промышленной производственной системы, качественно меняющая ее характер. Механизм самоорганизации начинает действовать в рамках более масштабных и качественно иных структур. Он охватывает уже не отдельные элементы си-

стемы, а всю интеллектуальную промышленную производственную систему [4].

В синергетике используются также понятия, обозначающие специфику некоторых состояний в эволюции открытых, нелинейных самоорганизующихся систем. Понятием "бифуркация" обозначается состояние системы, находящейся перед выбором возможных вариантов функционирования или путей эволюции (развилка дорог). В математике это означает ветвление решений нелинейного дифференциального уравнения. В точке бифуркации (на перепутье) система находится в неравновесном состоянии, где малейшие флуктуации или случайные обстоятельства могут кардинально изменить направление дальнейшего развития, закрывая тем самым возможности движения альтернативным путем. Поскольку проблема выбора режимов функционирования или направлений развития возникает перед любой самоорганизующейся интеллектуальной промышленной производственной системой, в синергетике следует активно использовать построение и исследование бифуркационных моделей с тем, чтобы попытаться обнаружить закономерность в самой случайности.

Еще одним крайне интересным понятием, характеризующим синергетическое развитие интеллектуальных промышленных производственных систем является аттрактор. Понятие "аттрактор" (от латинского – притягивать) означает некоторую совокупность условий, при которых выбор путей эволюции разных систем происходит по сходящимся траекториям и в конечном итоге как бы притягивается к одной точке [5].

Аттрактор представляет собой совокупность внутренних и внешних условий, способствующих "выбору" самоорганизующейся интеллектуальной промышленной производственной системой одного из вариантов устойчивого развития; идеальное конечное состояние, к которому стремится интеллектуальная промышленная производственная система в своем развитии. Пространство внутри аттрактора, в котором каждая частица (система), туда попавшая, постепенно смещается в заданном направлении, называют "зоной аттрактора". В синергетической методологии различают простые и странные аттракторы. При состояниях интеллектуальной промышленной производственной системы, определяемых простым аттрактором, траектория её развития является предсказуемой. При состояниях интеллектуальной промышленной производственной системы, определяемых странным аттрактором, становится невозможным определить положение и поведение частиц в каждый данный момент, хотя они находятся в зоне аттрактора. Фазовый портрет странного аттрактора – это не точка и не предельный цикл... а некоторая область, по которой происходят случайные блуждания.

С помощью алгоритмов странного аттрактора наука выходит на описание изменений в климате, погодных процессов, движения некоторых

небесных тел, поведения многих элементарных частиц, явлений тепловой конвекции и т.д.

В отношении интеллектуальных промышленных производственных систем в роли аттрактора выступают определенные характеристики системы, заданные субъектами управления. При этом синергетическое развитие выражается в частоте приближения характеристик интеллектуальных промышленных производственных систем к заданным точкам или показателям (аттракторам).

Синергетика развеивает многие из прежних мифов, стереотипов управленческой и интеллектуальным промышленным производственным системам нельзя навязывать пути их развития. Скорее, необходимо понять, как способствовать раскрытию их собственных тенденций развития, как выводить интеллектуальные промышленные производственные системы на эти пути.

Во-вторых, синергетика свидетельствует о том, что всякая сложно-организованная система имеет, как правило, не единственный, а множество собственных, отвечающих ее природе путей развития. Отсутствие жесткой предопределенности, наличие альтернатив существенно изменяют представление о развитии интеллектуальных промышленных производственных систем, расширяя их рамки. Укрепляется надежда на возможность выбора путей дальнейшего развития, причем таких, которые устраивали бы субъект управления и одновременно не являлись бы разрушительными для социума и природы. Вместе с тем, хотя путей развития может быть очень много, их количество не бесконечно. Возможно, что в определенный момент времени реализуемы в интеллектуальной промышленной производственной системе далеко не все направления, которые представляются желательными субъекту управленческой деятельности. Знание ограничений, того, что в принципе нельзя осуществить в интеллектуальной промышленной производственной системе значительно способствует синергетическому развитию, так как позволяет не тратить материальные средства, время и собственные усилия и другие виды ресурсов впустую. Также, синергетика демонстрирует нам, что хаос может выступать механизмом самоорганизации сложных структур, к которым можно отнести интеллектуальные промышленные производственные системы, удаления лишнего, механизм выхода на относительно простые структуры-аттракторы, легче поддающиеся изменению при сознательном воздействии на них.

Библиографический список

1. Haken H. *Sinergetics: An Introduction*, 3rd ed. Berlin, Heidelberg: Springer, 1980

2. Weiming Shen, Lihui Wang, Qi Hao. Agent-Based Distributed Manufacturing Process Planning and Scheduling: A State-of-the-Art Survey // IEEE Trans. on Systems, Man and Cybernetics. Part C: Applications and Reviews. 2006. Vol. 36. № 4. Pp. 563-577.

3. Colombo A., Schoop R., Neubert R. An Agent-Based Intelligent Control Platform for Industrial Holonic Manufacturing Systems // IEEE Trans. Ind. Elect. 2006. Vol. 53. № 1. Pp. 322-337.

4. Lastra J., Delamer I. Semantic Web Services in Factory Automation: Fundamental Insights and Research RoadMap // Trans. Industrial Informatics. 2006. Vol. 2. № 1.

5. Cardeira C., Colombo A.W., Schoop R. Analysis of wireless technologies for automation networking // Proc. of the IPROMS 2006, the Second Virtual International Conference on Intelligent Production Machines and Systems, July 2006.

Контактная информация:

8 (903) 612-00-46

e-mail: mpushkareva@yandex.ru

**ИННОВАЦИОННЫЕ ПАРАДИГМЫ УПРАВЛЕНИЯ
ПРОМЫШЛЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ
В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ**

**INNOVATIVE PARADIGMS
OF INDUSTRIAL ORGANIZATION MANAGEMENT
IN THE MODERN ECONOMIC SITUATION**

М.Б. ПУШКАРЕВА, к.э.н., доцент
Кафедра «Финансовый менеджмент»
МАТИ

M.B. PUSHKAREVA, Cand. of Economic Sci., Ass. professor
«Financial management» Department
MATI

Аннотация

Статья посвящена рассмотрению инновационных парадигм управления промышленными организациями в современных экономических условиях. Парадигмы управления рассмотрены с точки зрения перспектив экономического роста.

Abstract

The paper is devoted to consideration industrial organizations' management innovative paradigms in modern economic conditions. Management paradigms are considered from the economic growth prospects point of view.

Ключевые слова: инновационная парадигма управления, промышленная организация, интеллектуальная промышленная производственная система, экономический рост.

Key words: management innovative paradigms, industrial organization, intellectual industrial production system, synergetic development economic growth.

Современный экономический рост характеризуется ведущим значением научно-технического прогресса и интеллектуализацией основных факторов производства. На долю новых знаний, воплощаемых в технологиях, оборудовании, образовании кадров, организации производства в раз-

витых странах, приходится от 70 до 85% прироста ВВП. Быстро растет вклад инновационной составляющей в прирост ВВП развитых стран, который в США, например, увеличился с 31,0% до 34,6% в начале нового столетия; в Японии соответственно с 30,6 до 42,3%; в Европе с 45,5 до 50,0%. Внедрение нововведений и использование инновационных парадигм управления промышленной организацией становится ключевым фактором рыночной конкуренции, позволяя передовым фирмам добиваться огромных доходов за счет интеллектуальной ренты, образующейся при использовании более эффективных продуктов и технологий.

Благодаря высокой инновационной активности в развитых странах обеспечивается постоянное расширение возможностей хозяйственной деятельности, что позволяет последовательно наращивать денежное предложение в целях кредитования роста производственного и человеческого потенциала без ощутимых инфляционных последствий.

Особенностью современного этапа социально-экономического развития стало широкое применение информационных технологий, многократно расширивших возможности генерирования и передачи знаний и, соответственно, НИОКР. Следствием информационной революции стало превращение науки в ведущую производительную силу, которая непрерывно генерирует новые технологические возможности. Переход к экономике знаний вызвал серьезный сдвиг в структуре общественного производства, резко увеличив потребности и возможности образования и творческой деятельности.

Характерной чертой современного экономического роста стал переход к непрерывному инновационному процессу в практике управления.

В настоящее время парадигмы управления промышленной организацией оказались под пристальным вниманием, т.к. позволяют в полной мере удовлетворить запросы потребителей. Это объясняется их способностью быстро и эффективно отвечать на изменения окружающей среды, более того, они отличаются от традиционных методов возможностью приспосабливаться к изменениям без внешнего вмешательства. Основой инновационных парадигм управления промышленной организацией служат интеллектуальные промышленные производственные системы.

Интеллектуальная промышленная производственная система представляет собой совокупность множества элементов и подсистем различного уровня сложности и направленности действия, спроектированных и построенных для реализации целей изготовления и выпуска промышленной продукции и повышения эффективности функционирования промышленной организации.

Среди инновационных парадигм управления промышленной организацией можно выделить следующие:

1. *Фрактальные производственные системы.* Фрактальные подходы берут свое начало из математики и теории хаоса и обозначают новые идеи,

направленные на преодоление негибкости и жесткости существующих типов организации. Фрактальная производственная система – это открытая система, отличающаяся в первую очередь самоподобием составляющих, известных как фрактальные единицы или фракталы. Фрактальная единица обладает следующими качествами:

- самоорганизованность – поскольку не нуждается во внешнем посредничестве для реорганизации. Каждая единица организует свою внутреннюю структуру на основании предварительно заданных критериев;
- самоподобие – один фрактал идентичен всякому другому, но внутренняя структура может отличаться;
- самооптимизация – фрактальной единице присущ постоянный поиск оптимальных рабочих характеристик.

Фрактальные единицы ведут себя как независимые субъекты, стремящиеся к достижению собственных целей (например, производство продукта). Вместе с тем, для достижения общей конечной цели всей системы следует обеспечить согласованность целей с помощью взаимодействия и регулярных повторений действий единицами системы. Во фрактальных производственных системах не может быть какой-либо предопределенности организации. Любая из фрактальных единиц обладает собственными ресурсами с постоянными возможностями и эффективной информационной системой, предоставляющей данные, необходимые для производства продукции и распределения производственных ресурсов. Благодаря этому существуют достаточно изменчивые условия внутри каждого фрактала, что позволяет работать с постоянными изменениями в структуре предприятия и быстро реагировать на внешние требования.

С точки зрения экономического роста, фрактальные производственные системы способны обеспечить устойчивый экономический рост на уровне регионов. Фрактальная модель процесса распространения инноваций в регионе позволяет выявить перспективы формирования региональных кластеров на основе инновационно-активных территорий с целью их «включения» в дальнейшем в общую макроэкономическую динамику.

2. Бионические производственные системы. Само слово «бионический» – это языковая контаминация слов «биология» и «электроника». По сути, бионика – это сфера применения существующих в природе методов и законов в сфере новых технологий.

В основу бионической теории, применимой, в частности, к производственным системам, положены законы жизни на нашей планете. Структурная организация и поведение живых организмов – от клеточного уровня до высших существ (растения, животные и проч.) – применяются при организации предприятий. БПС отображают параллели между этими биологическими характеристиками и существенными потребностями производственных систем в будущем. Например, производственные элементы (также

именуемые рабочими ячейками) можно сравнить с клетками живых организмов (биологических систем).

Внутренние производственные ресурсы (персонал, оборудование и проч.) входят в состав предприятия в качестве производственных единиц (рабочих ячеек) и обладают различными возможностями, но при условии взаимодействия они могут достигать общих целей единства (промежуточные и конечные продукты), изменяя свой статус, если необходимо. Сырье и управленческая информация распространяются по заранее установленным путям (интерфейсам). Обработываемые материалы и информация будут опять отсылаются соответствующими интерфейсами в среду, где кто-то (или что-то) будет осуществлять управление процессами перераспределения (к другой клетке, хранилищу и проч.). Контролирующие и координирующие элементы осуществляют свою функцию по отношению к связям между внутренними элементами каждой клетки в отдельности и между отдельными элементами производственных систем.

Как в живых организмах, так и в производственных системах информация передается от верхних уровней к нижним – с тем, чтобы определить задания для выполнения последними. Действия каждой из клеток (биологических или нет) отражаются на всей производственной системе.

Еще одним свойством живых организмов является способность к делению клеток с целью создания органов и воспроизведения новых организмов (информация, хранимая в ДНК, реплицируется в генах делящихся клеток). Подобным образом, производственная система может делиться на меньшие функциональные подразделения посредством передачи информации (задач) сверху вниз.

Теория БПС берет за основу базовый элемент, именуемый «моделон», состоящий из моделонов низших уровней (суб-моделонов), формируя таким образом иерархическую структуру.

Системы коммуникации обеспечивают правильный обмен информацией внутри моделона и между ними. Процессы передачи информации должны быть самоорганизующимися, когда моделоны высших уровней передают информацию (подобно процессам, происходящим с информацией ДНК) моделонам низших уровней.

Наконец, элементы управления и надзора отвечают за регуляцию и контроль взаимодействий между моделонами различных иерархических уровней. Они налагают организационные и структурные правила взаимодействия между моделонами (саморазделения или агрегирования) с тем, чтобы последние выполняли общие задания и достигали общих целей всей системы.

Бионические производственные системы напрямую взаимодействуют с нанотехнологиями. Использование нанотехнологий предполагает автоматический переход на новый уровень функционирования и стабильный экономический рост любой социально-экономической системы. Такой

экономический рост можно охарактеризовать, как равновесный сбалансированный рост, при котором темп прироста запасов всех продуктов на протяжении рассматриваемого промежутка времени – постоянный или при котором темпы развития отраслей или секторов экономики внутренне согласованы.

3. *Холархические производственные системы.* Теория холархического производства сформировалась на основании принципов, изложенных философом Артуром Кёстлером при попытках описать смешанную природу структур живых организмов и социальных групп. Он впервые предложил термин «холон» – производное от греческого слова «holos» (целый) и суффикса «on» (часть). Таким образом, понятие холона является базовым элементом теории. В отношении живых организмов каждая система имеет свои компоненты и одновременно является компонентом чего-то большего. Холон – это целостная структура, поскольку состоит из субэлементов (других холонов), но в то же время он – сам по себе субэлемент более крупной системы (другого холона). Единство противоположных свойств части и целого отражаются в присущих холону автономности и возможности взаимодействия. Любую систему можно трактовать как холон – от элементарной частицы до Вселенной. Даже на нематериальном уровне (слова, например) все без исключения можно определить как часть чего-то и одновременно как состоящее из собственных составляющих. Иными словами, всякий элемент системы или организации состоит из базовых составляющих (к примеру, орган живого организма состоит из клеток), но в то же время он сам является одним из компонентов другой системы (в том же примере: орган является частью организма).

Другим релевантным понятием является представление о «холархии» (иерархии холонов). Это не что иное, как система холонов, взаимодействующих с целью достижения общих целей всей системы. Уровень автономности и взаимодействия холонов определяется стратегиями и твердыми правилами, действующими внутри холархии. Более того, один и тот же холон может быть компонентом нескольких холархий и сам по себе являться холархией. Наконец, холархические производственные системы – это, по сути, холархия, объединяющая набор производственных процессов.

Понятие холархической производственной системы обладает лучшими чертами иерархической («сверху вниз») и гетерархической («снизу вверх», «во взаимодействии») организационных структур – в зависимости от требований ситуации. Этот подход позволяет сохранить стабильность иерархии при подвижной гибкости гетерархии.

Экономический рост с точки зрения холархических производственных систем выражается в изменении инфраструктуры. При этом, влияние инфраструктуры на долговременный экономический рост может осуществляться по пяти направлениям: в качестве прямого фактора производства, в качестве взаимозаменяемого элемента других факторов производ-

ства, в качестве стимула аккумуляции факторов производства, в качестве стимула совокупного спроса и, наконец, в качестве инструмента промышленной политики. В качестве фактора производства инфраструктура рассматривается как прямой вклад в производственный процесс.

Практика показывает, что увеличение накопленного инфраструктурного капитала способствует росту ВВП. Хорошее состояние инфраструктуры повышает производительность других факторов производства, включая капитал, рабочую силу и совокупную факторную производительность. Совокупное действие факторов, подкрепленное эффективной инфраструктурой, расширяет диапазон прибыльных инвестиционных возможностей и стимулирует приток инвестиций. Инфраструктура лежит в основе процесса промышленной агломерации, при котором новые отрасли концентрируются вокруг уже сложившихся индустриальных кластеров. Косвенное воздействие инфраструктуры на экономический рост состоит либо в стимулировании накопления других факторов производства, либо в повышении их производительности.

Библиографический список

1. Technical report of Institute for Prospective Technological Studies: The Future of Manufacturing in Europe 2015-2020 – The Challenge for Sustainability. March 2003.

2. Bollinger, John G. et al. Visionary Manufacturing Challenges for 2020, Committee on Visionary Manufacturing Challenges, Board on Manufacturing and Engineering Design, Commission on Engineering and Technical Systems, National Research Council, National Academy Press, Washington D.C., 1998.

3. Marík V., McFarlane D. Industrial Adoption of Agent-Based Technologies // IEEE Intelligent Systems. 2005. Vol. 20. № 1. Pp. 27-35.

4. Weiming Shen, Lihui Wang, Qi Hao. Agent-Based Distributed Manufacturing Process Planning and Scheduling: A State-of-the-Art Survey // IEEE Trans. on Systems, Man and Cybernetics. Part C: Applications and Reviews. 2006. Vol. 36. № 4. Pp. 563-577.

5. Экономический рост наций: совокупный выпуск и производственная структура (Economic Growth of Nations: Total Output and Production Structure, 1971).

6. Глазьев С.Ю. Экономическая теория технического развития. М.: Наука, 1990.

7. Клавдиенко В. Стимулирование инновационной активности // Общество и экономика. 2006. № 7-8.

Контактная информация:

8 (903) 612-00-46

e-mail: mpushkareva@yandex.ru

**ИНФОРМАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ
КАК НОВАЯ ФОРМА УПРАВЛЕНИЯ
РЫНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**INFORMATION MARKETING AS THE NEW FORM
OF INNOVATIVE ENTERPRISES
MARKET ACTIVITIES MANAGEMENT**

И.В. РОЖКОВ, к.э.н., доцент
Кафедра «Маркетинг»
МАТИ

I.V. ROZHKOV, Cand. of Economic Sci., Ass. professor
«Marketing» Department
MATI

Аннотация

В статье рассматриваются отличия между традиционным маркетингом и маркетинговой деятельностью инновационных предприятий. Определяются место и функции инновационного предприятия в цепочке информационного взаимодействия между субъектами инновационной деятельности. Выявляется роль маркетинговой информации в инновационной экономике, а также приводится ее характеристика для участников инновационной деятельности. Формулируется определение понятия «инновационно-информационный маркетинг».

Abstract

The paper deals with the differences between traditional marketing and marketing activities of innovative enterprises. The paper defines the place and function of an innovative enterprise in the chain of information exchange between actors of innovation. In addition, the article reveals the role of marketing information in the innovation economy, as well as a feature for its members in innovative activity. In conclusion we formulate a definition of “Innovation and Information Marketing”.

Ключевые слова: маркетинговая информация, традиционный маркетинг, инновационное предприятие, инновационный маркетинг, инновационно-инвестиционный проект, информационно-инновационное поле, инновационно-информационный маркетинг.

Keywords: marketing information, traditional marketing, innovative enterprise, innovative marketing, innovation and investment projects, information and innovative field, innovation and information marketing.

При управлении маркетинговой деятельностью в сфере инноваций значительную роль играет организация обмена маркетинговой информации между участниками рыночных процессов. Традиционный маркетинг, как правило, сфокусирован на трех основных контактных аудиториях внешней среды – потребителях, конкурентах, поставщиках. В отличие от него маркетинг в сфере инноваций должен быть ориентирован на более широкий круг участников рыночных отношений. При этом к традиционным участникам добавляются следующие основные группы (рис. 1):

- инвестиционные или финансовые структуры;
- научные и исследовательские центры;
- государственные структуры поддержки инноваций.

Таким образом, инновационное предприятие должно выступать в качестве связующего звена в цепочке информационного взаимодействия между субъектами инновационной деятельности, находящимися на разных уровнях рыночной инфраструктуры. С одной стороны, его задачей является изучение существующих на рынке потребностей и формирование новых (инновационных), способствующих возбуждению процесса потребления, инновационных продуктов. С другой стороны, задачей инновационного предприятия является разработка коммерчески эффективных инновационно-инвестиционных проектов, для реализации которых необходимо проводить научные исследования, получать финансирование и заручаться государственной поддержкой.

Для формирования инновационных продуктов обществу и производителям необходим постоянный приток маркетинговой информации, т.е. тесный взаимопроникающий контакт с информационно-инновационном полем. Накопление и широкое распространение информации позволяет создавать новые технологии, совершенствовать техническую базу и разрабатывать новые товары. Маркетинговая информация относится, прежде всего, к изучению потребностей человека и производства; мотивов и мотиваций поведения потребителей для их постоянного удовлетворения; развитию фундаментальных и прикладных знаний о непрерывно меняющейся внешней среде [2].



Рис. 1. Схема информационного взаимодействия участников рыночных отношений при инновационном маркетинге.

Сложившаяся на отечественном инновационном рынке практика зачастую свидетельствует об обратном. Научно-исследовательские центры, занимающиеся инновационными разработками, сначала проводят дорогостоящие исследования по разработке новых продуктов или технологий, а только затем начинают поиски предприятий и инвесторов, которые смогут довести их до реализации. О потребителях в этом случае вспоминают в последнюю очередь. Как правило, инвесторы не готовы вкладывать значительные финансовые ресурсы на достаточно долгий срок в такие проекты из-за достаточно высокой степени риска. За счет неясных рыночных перспектив, обусловленных нехваткой достоверной маркетинговой информации, коммерческий успех отечественных инновационных разработок представляется весьма туманным.

В ходе информационного взаимодействия участников рыночных отношений инновационное предприятие может рассматриваться и как поставщик, и как потребитель маркетинговой информации [4]. Характеристика маркетинговой информации, получаемой и распространяемой участниками рыночных отношений в сфере инноваций, приведена в табл. 1.

Кроме расширения числа контактных аудиторий у инновационных предприятий во многом изменяется и сама технология их информационного взаимодействия, реализуемая в ходе маркетинговой деятельности. При

информационном взаимодействии с потребителями традиционных видов продукции маркетологами уже достаточно изучены существующие потребности целевого рынка. Для воздействия на потребителей сложились практически апробированные методы и средства (продвижения и сбыта, брендинга, разработки ценовой стратегии и др.). В случае же внедрения на рынок инновационного продукта, т.е. не существовавшего ранее и не имеющего аналогов, целевые потребители еще не имеют сформировавшихся потребностей в нем. Следовательно, не существует и определенных, проверенных на практике маркетинговых инструментов воздействия на потребителей. При инновационном маркетинге предприятие сталкивается с более сложной в рыночном отношении проблемой формирования потребностей в принципиально новом продукте.

Таблица 1.

Характеристика маркетинговой информации, получаемой или распространяемой между участниками инновационной деятельности.

Участники инновационной деятельности	Содержание маркетинговой информации	
	Инновационное предприятие – поставщик маркетинговой информации	Инновационное предприятие – потребитель маркетинговой информации
Инвесторы (или финансовые структуры)	Бизнес-планы внедрения инноваций, стратегия развития предприятия, основные показатели экономической деятельности	Условия и порядок финансирования инновационных проектов
Государственные структуры поддержки инноваций	Уровень технической оснащенности, возможность технологической модернизации и выпуска инновационной продукции	Условия и порядок государственной поддержки инновационных проектов, критерии отбора предприятий при получении грантов
Научно-исследовательские центры	Информация о имеющейся технологической и ресурсной базе для реализации инновационных проектов	Информация о перспективных и уникальных научных разработках, имеющих возможность последующего внедрения
Предприятия-конкуренты	Информация о выпускаемой продукции, ее характеристиках и применяемых технологиях	Информация об инновационной продукции, ее характеристиках и применяемых технологиях
Потребители инновационной продукции	Информация о потребительских свойствах инновационной продукции	Потребительские оценки свойств инновационной продукции

В решении названной проблемы значительно возрастает роль маркетинговой информации и маркетинговых информационных систем при организации процессов рыночной коммерциализации инноваций. Инноваци-

онному предприятию не достаточно только исследовать рынок и потребителей, к чему многие специалисты часто и сводят функции инновационного маркетинга. Маркетологи совместно с разработчиками новой продукции должны оказать информационное воздействие на рынок, которое позволит стимулировать устойчивый сбыт выпускаемой продукции. Это может быть достигнуто за счет информирования потенциальных потребителей об уникальных потребительских свойствах инновационного товара, позволяющих получать большую выгоду от его использования (полезность или выигрыш потребителя) по сравнению с традиционными товарами-аналогами (рис. 2).

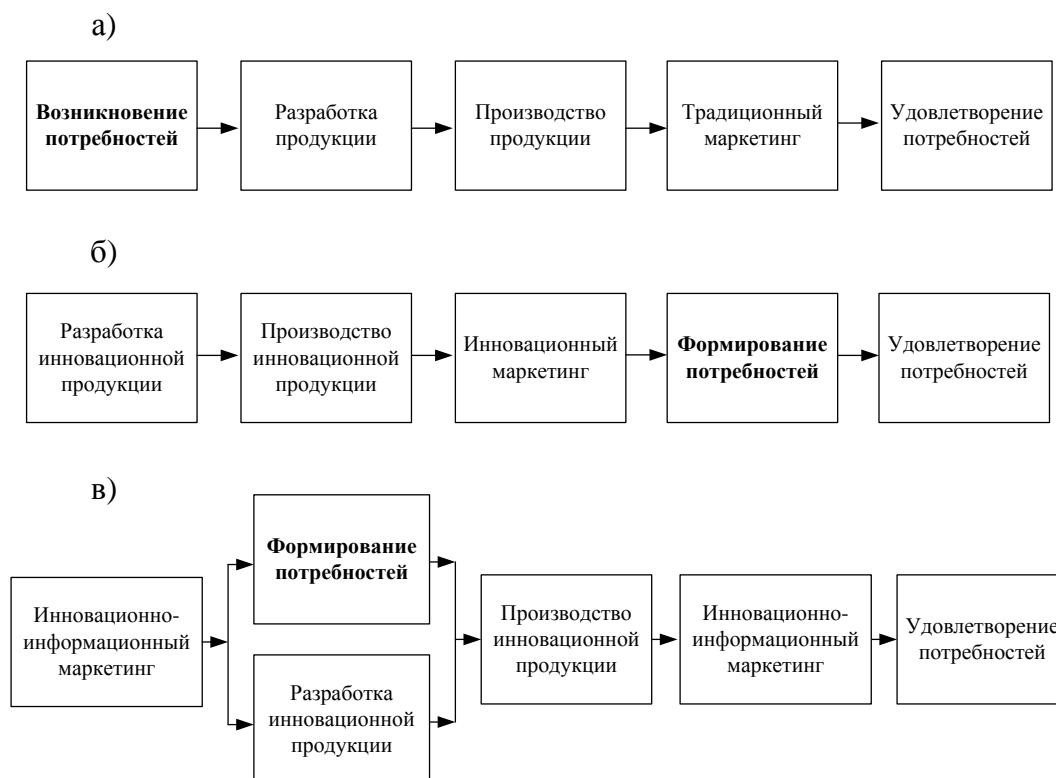


Рис. 2. Место различных видов маркетинга, применяемых для различных типов продукции: а) – традиционный; б) – инновационный; в) – инновационно-информационный.

В настоящее время в теории и практике маркетинга необходимо разрабатывать новые методологические подходы, направленные на изучение природы рыночных отношений в сфере инноваций, отвечающие новым социально-экономическим реалиям и перспективам информатизации общества. Сферу этих исследований можно определить как «инновационно-информационный маркетинг».

Учитывая роль маркетинговой информации в инновационном развитии экономики, можно предложить следующее определение понятию «инновационно-информационный маркетинг»: это система социально-экономических и организационно-технических процессов и средств производства, распределения и потребления информации о субъектах и объектах инновационной деятельности для достижения как коммерческих целей

предприятия (на микроэкономическом уровне), так и для получения социального эффекта в развитии общества (на макроэкономическом уровне).

Библиографический список

1. Голов Р.С. Управление инновационно-инвестиционной деятельностью промышленной организации в условиях неопределенности и риска. М.: ИТК «Дашков и Ко», 2009.

2. Перекалина Н.С., Казаков С.П. Становление и развитие российской инновационно-инвестиционной модели маркетинга // Труды Вольного экономического общества России. Т. 120. М., 2010.

3. Рожков И.В. Особенности и сущность информационного обеспечения маркетинговой деятельности в сфере инноваций. XXXVI Гагаринские чтения. Научные труды Международной молодежной научной конференции в 8 тт. Т. 6. Москва, 6-10 апреля 2010 г. М.: МАТИ, 2010.

4. Рожков И.В. Роль маркетинговых информационных систем в инновационном развитии экономики // Маркетинг и современность: Сборник научных статей к научно-практическому круглому столу «Роль современного маркетинга в посткризисном развитии экономики России» от 15 декабря 2009 г. / под ред. С.В. Карповой и Р.Ю. Стыцюк. М.: ООО «Эльф ИПР», 2010. 318 с.

Контактная информация:

8 (495) 725-15-73

e-mail: ivr1@yandex.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

CONTEMPORARY TENDENCIES IN REGIONAL SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS DEVELOPMENT

М.В. САЙРАНОВА, соискатель
Университет управления «ТИСБИ»

M.V. SAJRANOVA, applicant
«TISBI» University of Management

Аннотация

В статье рассматриваются современные особенности развития российских регионов, определяются основные причины существующей пространственной дифференциации. Исследуются статистические параметры сложившейся поляризации. В заключение определяются наиболее существенные последствия закрепления поляризационных тенденций в развитии мезоуровневых социально-экономических систем на современном этапе развития России.

Abstract

The paper deals with the main contemporary features of Russian regions development, defines the main reasons for existing spatial differentiation. Statistical parameters of existing polarization are investigated. To make a conclusion the most important consequences of polarization tendencies in meso-level socio-economic systems development are defined in the context of current Russia's national economy development.

Ключевые слова: региональная экономика, пространственная дифференциация, пространственная поляризация, тенденции развития бизнеса в регионах.

Keywords: regional economy, spatial differentiation, spatial polarization, regional business development tendencies.

Ключевой тенденцией развития регионов России на современном этапе является его неравномерность, что приводит к появлению затруднений в формировании универсальной политики регионального управления.

Данное обстоятельство диктует необходимость исследования особенностей поступательной динамики мезоуровневых социально-экономических систем в настоящее время.

В первую очередь необходимо отметить, что территориальные особенности существенно повлияли и на процесс развития предпринимательской деятельности в разных регионах России. Так, уже первые этапы (90-е годы XX в.) осуществления приватизации государственной собственности – процесса, в ходе которого формируются предпосылки для развития рыночной конкуренции и создания многоукладной экономики, – показали, что значительно различаются по темпам и качеству приватизированных предприятий индустриальные и аграрные районы. Лидирующие позиции в этом процессе в последнее время (первая декада XXI в.) занимают Центральный экономический район (20% от приватизированных предприятий в России), Поволжский (16%), Западно-Сибирский и Северный (по 12%), среди аутсайдеров – Дальневосточный, Волго-Вятский и Центрально-Черноземный экономические районы (по 3-4%).

Указанные различия обусловлены диверсифицированными факторами как объективного, так и субъективного характера. При этом существенное влияние на соотношение секторов экономики по формам собственности оказывает отраслевая структура производства в регионе и его географическое положение. Как правило, доля государственного и смешанного секторов оказывается выше в тех регионах, в экономике которых значительную роль играет ВПК, а также в экстремальных и отдаленных регионах страны. Именно этим обстоятельством и можно объяснить то, что по числу занятых в государственном и муниципальном секторе на протяжении практически всего процесса формирования развитой рыночной среды в России лидировали такие ее макрорегионы, как Европейский Север, Восточная Сибирь и Дальний Восток [1]. Кроме объективных факторов, на процессы развития предпринимательства существенное влияние оказывают также и факторы субъективного характера, например, такие, как выбор варианта региональной стратегии социально-экономического развития. Данное обстоятельство объясняется тем, что в условиях переходного к рыночным отношениям периода отмечались серьезные различия в темпах формирования рыночной среды в зависимости от выбора территориальной модели рыночного реформирования.

Наблюдающееся в последнее время в отечественной экономике уменьшение, стирание различий между вариантами экономического поведения, характерными для различных регионов, проявляющееся, в том числе, и в выборе разных вариантов стратегий их развития, можно объяснить достаточно высокими темпами роста ВВП и принимаемыми руководством страны мерами по усилению вертикали власти и пресечению центробежных процессов. Все это, в конечном счете, привело к усилению межрегиональных хозяйственных взаимосвязей и снижению показателей дифферен-

циации в уровне развития между разными субъектами федерации. В то же время необходимо отметить, что именно с ростом благосостояния прежде всего связан процесс региональной унификации как в эффективно развивающихся постсоциалистических странах, тогда как в условиях сильного экономического кризиса региональная дифференциация, наоборот, имеет тенденцию к усилению.

Следует также отметить, что одним из важнейших препятствий для решения проблемы создания благоприятного инвестиционного климата в регионах России является весьма низкий уровень развития инфраструктуры. Как показывают некоторые исследования, уровень обеспеченности основными элементами рыночной инфраструктуры в России составляет от 6,7 до 25,2% от уровня США [2]. Как правило, для регионов со сравнительно высокой инвестиционной активностью характерно повышенное использование долгосрочных кредитов, которые в основном используются для капитальных вложений, в том числе на реконструкцию и техническое перевооружение основных фондов. В России повышенная инвестиционная активность характерна для следующих разновидностей регионов:

- финансово-мощных (таких, как Москва, Санкт-Петербург, Тюменская, Самарская, Волгоградская области);
- регионов, добившихся особых налогово-бюджетных отношений с Центром (к ним относятся республики Татарстан, Башкортостан, Саха-Якутия);
- слабо развитых, в значительной мере существующих за счет федеральных дотаций (в эту группу входят, например, республики Северного Кавказа – Дагестан, Ингушетия и т.д.).

Одним из существенных сдерживающих факторов формирования развитой рыночной среды является недостаточно высокий уровень обеспеченности финансово-кредитной инфраструктуры, который в России в 7,3 раза ниже, чем в США. Важно и то, что рыночная инфраструктура крайне неравномерно развита по регионам страны. Так, значительная часть кредитно-финансовой инфраструктуры сосредоточена в Москве, где плотность банковской сети составляет 15,6 единицы на 100 000 человек. В других регионах России плотность банковской сети существенно ниже – от 3,9 до 6,9 единицы. Обеспеченность торгово-складской инфраструктуры в этих районах в 1,6-3,6 раза ниже, чем в Московской области. В Москве находится около трети крупных российских банков, а по масштабам банковских операций ее доля составляет 60%. В основном банки сосредоточены в Центральном (26%), Северо-Кавказском (12%), Уральском (12%), Западно-Сибирском (10%) и Поволжском (10%) экономических районах. Такая дифференциация, в первую очередь, не способствует развитию бизнеса в регионах-реципиентах, что закрепляет неравномерность экономического пространства РФ в целом.

Рассматривая вопрос об особенностях развития предпринимательских структур в разных регионах, необходимо отметить, что сами эти структуры весьма неоднородны. В частности, различают крупный, средний и мелкий бизнес. Как показывает анализ развития разных форм собственности и форм хозяйствования в странах с развитой рыночной экономикой, соотношение между тремя крупными социально-экономическими секторами (укладами): государственным сектором, сектором малого и среднего бизнеса, сектором крупного частного бизнеса – близко к оптимальному. Для стабильного и эффективного развития экономики удельный вес государственного сектора в ВВП должен составлять приблизительно 15-25%, что позволяет содержать необходимые для функционирования общества, но нерентабельные производства, развивать наукоемкие отрасли, элементы производственной и социальной инфраструктуры и т.п. На долю малого и среднего бизнеса в ВВП развитых государств с рыночной экономикой приходится 30-40%, а на долю крупного бизнеса – 35-50%. В России соотношение между укладами существенно отличается от указанных выше оптимальных параметров.

Таким образом, высокий уровень эффективности развитой рыночной экономики непосредственно связан с относительно небольшой долей государственной собственности, необходимой прежде всего для содержания низкорентабельных, но нужных для нормального функционирования общества производств. Высокоэффективное производство в развитых странах во многом также обусловлено большой долей малых и средних фирм, что придает гибкость и маневренность социально-экономическим процессам. В секторе же крупного частного бизнеса концентрируются огромные объемы производства (как правило, в ведущих, базисных отраслях экономики), что обеспечивает устойчивость и стабильность функционирования системы общественного воспроизводства в развитых государствах. При этом структура форм хозяйствования в развитых капиталистических странах определяет такой каркас экономики, который позволяет осуществляться высокоэффективному производству. Такой экономический каркас, такая структура форм хозяйствования, обеспечивая гибкость, устойчивость и маневренность социально-экономической системе, является результатом длительной эволюции капитализма к достижению высокой эффективности, эволюции, во многом обусловленной развитием рыночных форм конкуренции.

Исходя из изложенного, можно констатировать, что в настоящее время удельный вес определенного экономического сектора, определенной формы хозяйствования в создании национального продукта в разных развитых капиталистических странах приблизительно одинаков, причем каждая из основных форм хозяйствования занимает определенную “нишу” и выполняет свою функцию в общей системе социально-экономических

отношений и взаимосвязей. Это обстоятельство подтверждает высказанный выше тезис о существенной пространственной дифференциации отечественной экономики, следствием которой является стремительная олигополизация большинства отраслей, обусловленная экспансией предприятий, базирующихся в относительно развитых регионах, и вытеснение ими представителей местного бизнеса в регионах-реципиентах.

Библиографический список

1. Кистанов В.В., Коновалов Н.В. Региональная экономика России. М.: Финансы и статистика, 2002. 584 с.
2. Новоселов А.С. Теория региональных рынков. Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. 448 с.

Контактная информация:

e-mail: tisbi@tisbi.ru

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ ПРЕСТУПНЫХ ДОХОДОВ

THE COMPARATIVE ANALYSIS OF CRIMINAL INCOMES COUNTERACTION LEGALIZATION

П.С. СИНЮШИН, к.э.н., ст. преподаватель
Рязанский государственный радиотехнический университет

P.S. SINYUSHIN, Cand. of Economic Sci., senior lecturer
Ryazan state radio-engineering university

Аннотация

Рассматриваются вопросы угроз национальным интересам РФ при вовлечении хозяйствующих субъектов в незаконный процесс отмывания денежных средств, борьба с этим явлением, а также сравнительный анализ методов противодействия легализации денежных средств в европейских странах.

Abstract

Questions of Russian Federation national interests threats at involving of managing subjects in illegal process of money-laundering, struggle against this phenomenon and comparative analysis of money resources legalization counteraction methods in the European countries are considered.

Ключевые слова: ФАТФ; «обналичивание»; легализация; европейские страны; теневая экономика.

Keywords: FATF; «cashing in», legalization; the European countries; shadow economy.

В течение последних десятилетий особую актуальность приобрела проблема отмывания преступных доходов. Легализация (отмывание) доходов, полученных преступным путем, – это заключительный этап превращения преступности в высокодоходный и эффективный вид незаконного предпринимательства. В ходе этого процесса происходит противоправная и в высшей степени опасная для общества концентрация экономической, а вслед за ней и политической власти в руках неконтролируемой группы лиц.

Осознавая угрозу своим национальным интересам и сложность

процесса выявления отмытых денег в международной финансовой системе, развитые государства пришли к необходимости выработки коллективных мер борьбы с этим видом преступной деятельности.

Следствием этого стало создание Группы разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег – ФАТФ (Financial Action Task Force), которая была учреждена «семеркой» ведущих индустриальных держав (США, Япония, Германия, Великобритания, Франция, Италия, Канада) и Европейской комиссией в ходе Парижской встречи на высшем уровне в июле 1989 года по инициативе Президента Франции [12].

ФАТФ поддерживает партнерские отношения с региональными группами по типу ФАТФ (РГТФ), объединяющими страны, готовые к выполнению 40+9 рекомендаций и оценке своих систем ПОД/ФТ:

- Комитет экспертов Совета Европы по оценке мер противодействия легализации преступных доходов и финансированию терроризма (МАНИВЭЛ – MONEYVAL);

- Евразийская группа по противодействию легализации преступных доходов и финансированию терроризма (ЕАГ);

- Азиатско-Тихоокеанская группа борьбы с отмыванием денег (АТГ - APG);

- Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег государств Ближнего Востока и Северной Африки (МЕНАФАТФ – MENAFATF);

- Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег государств Южной Америки (ГАФИСУД – GAFISUD);

- Межправительственная группа по борьбе с отмыванием денег в Западной Африке (ГИАБА – GIABA);

- Группа по борьбе с отмыванием денег государств Восточной и Южной Африки (ЕСААМЛГ – ESAAMLG);

- Карибская группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (СИФАТФ – CFATF);

Стратегия ФАТФ состоит из следующих основных компонентов:

- разработка международных стандартов в борьбе с отмыванием преступных доходов и финансированием терроризма;

- развитие надежных и эффективных региональных структур, организованных по тем же принципам, что и ФАТФ;

- расширение сотрудничества с соответствующими международными организациями.

ФАТФ поддерживает контакты с ООН, Советом Европы, Всемирным банком, Европейским банком реконструкции и развития, Международным валютным фондом, Интерполом, Советом по таможенному сотрудничеству и другими международными организациями, а также с международным профессиональным объединением подразделений финансовой разведки (ПФР) – Группой «Эгмонт».

В задачи ФАТФ входит:

1. Выработка рекомендаций в области борьбы с «отмыванием» денег и финансированием терроризма.

Так, в феврале 1990 года ФАТФ были разработаны и предложены на рассмотрение всех заинтересованных стран, в том числе с неразвитой финансовой системой, 40 Рекомендаций по борьбе с отмыванием денег, которые являются конкретными предложениями по совершенствованию странами-участницами своих законодательных систем и финансовых структур, направленными на повышение эффективности совместной борьбы государств с отмыванием денег, а также на укрепление международного сотрудничества в этой области.

В ответ на серьезное изменение ситуации в мире после событий 11 сентября 2001 года ФАТФ были одобрены новые международные стандарты – 8 Специальных рекомендаций по борьбе с финансированием терроризма, и утвержден соответствующий План действий.

В октябре 2004 года была принята 9 Специальная рекомендация о контроле над перемещением наличных денежных средств физическими лицами.

В соответствии с резолюцией Совета Безопасности ООН № 1617 (2005) 40+9 рекомендаций ФАТФ являются обязательными международными стандартами для выполнения государствами-членами ООН.

2. Проведение взаимных оценок в странах-участницах на предмет соответствия национальных законодательств и действующей практики в области борьбы с отмыванием денег и финансированием терроризма рекомендациям ФАТФ.

3. Изучение ситуации в странах, которые активно используются международной организованной преступностью для отмывания преступных доходов и финансирования терроризма.

Взаимоотношения с такими странами руководство ФАТФ строит на основе «регионального подхода», т.е. взаимодействие с отдельными странами и группами стран будет постепенно переводиться на сотрудничество с региональными группами по типу ФАТФ (РГТФ).

4. Организация и проведение на регулярной основе в различных странах мира конференций, симпозиумов и семинаров по финансовым и юридическим вопросам, а также проблемам в сфере законодательства в области противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма (ПОД/ФТ).

Деятельность ФАТФ проявилась и в содействии созданию в различных странах мира подразделений финансовой разведки (ПФР), предназначенных для выявления случаев злоумышленного использования в преступных целях их финансовой системы и обеспечения соблюдения законодательства в области борьбы с финансовыми правонарушениями.

Важно отметить, что ФАТФ проводит исследования по выполнению своих рекомендаций. Составляемые по итогам этих мероприятий отчеты и доклады руководство организации направляет странам-участницам для передачи своим компетентным органам.

В соответствии с целями, обозначенными в программных документах, ФАТФ придерживается курса на увеличение числа своих членов путем присоединения некоторых стратегически значимых стран, которые могут сыграть важную роль в своих регионах в борьбе с отмыванием денег и финансированием терроризма. Ниже приведены критерии приема кандидатов в члены ФАТФ [12]:

- наличие политической воли для выполнения Рекомендаций 1996 года в течение обоснованного срока (три года), проведение ежегодных самопроверок и прохождение двух раундов взаимных оценок, осуществляемых членами организации по отношению друг к другу;
- полноправное членство и активное участие в работе соответствующей региональной группы по типу ФАТФ (если она существует), готовность к сотрудничеству с ФАТФ и готовность, при необходимости, принять на себя руководство работой по созданию РГТФ;
 - стратегическая значимость данной юрисдикции;
 - и др.

В 2008 году прошел третий раунд взаимной оценки соответствия российской системы ПОД/ФТ международным стандартам, который проводился экспертами ФАТФ, МАНИВЭЛ и ЕАГ.

Ранее Российская Федерация уже прошла две такие оценки. По результатам этих оценок в октябре 2002 года Россия была исключена из «черного» списка ФАТФ, а в июне 2003 года принята полноправным членом в эту международную организацию.

В настоящее время в ФАТФ входят 34 страны-участницы и две международные организации [12].

Таблица 1.

Список членов ФАТФ.

Австралия	Дания	Мексика	Финляндия
Австрия	Индия	Нидерланды	Франция
Аргентина	Ирландия	Новая Зеландия	Швейцария
Бельгия	Исландия	Норвегия	Швеция
Бразилия	Испания	Португалия	ЮАР
Великобритания	Италия	Россия	Республика Корея
Германия	Канада	Сингапур	Япония
Гонконг, Китай	Китай	США	Европейская комиссия
Греция	Люксембург	Турция	Совет сотрудничества арабских государств Персидского залива

Рассмотрим методы противодействия легализации преступных доходов в отдельных странах.

В России необходимость принятия эффективных мер по пресечению легализации незаконных доходов обусловлена прежде всего возрастающей угрозой экономической безопасности государства и криминализацией хозяйственной деятельности.

Легализация преступных доходов в России тесно связана с перемещением капитала через российские кредитные организации и выражается в огромных количествах (таблица 2).

Таблица 2.

Динамика преступлений экономической направленности за 2005-2010 гг.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Всего	201235	489554	459198	448832	428792	276435
в т.ч. легализация*	3682	7957	9035	8383	8791	1762

*Легализация (отмывание) денежных средств или иного имущества, приобретенных лицом в результате совершения им преступления либо приобретенных другими лицами преступным путем. Источник: [5-10].

Примером может служить схема легализации денежных средств с использованием такого финансового инструмента, как вексель (рис. 1). При этом в реализацию данной схемы может попасть хозяйствующий субъект, который не желает взаимодействовать с теневой экономикой и законно, т.е. честно, работает на рынке (назовем его «белый» хозяйствующий субъект) [3].

В РФ действуют следующие органы управления по снижению влияния теневого сектора [3].

- Управление безопасности;
- Банк России;
- УФНС России;
- Таможенное управление ФТС РФ;
- Комитет по общественной безопасности и противодействию коррупции;
- Подразделения экономической безопасности УВД;
- Отдел экономической безопасности УФСБ;
- Прокуратура.

Банковская система представляет собой ядро финансово-кредитной системы, на которую падает основная нагрузка по выявлению и отслеживанию финансовых операций, направленных на легализацию преступных доходов.

Банк России является главным органом банковского регулирования и банковского надзора. Основная цель – поддержание стабильности банков-

ской системы Российской Федерации и защита интересов вкладчиков и кредиторов.

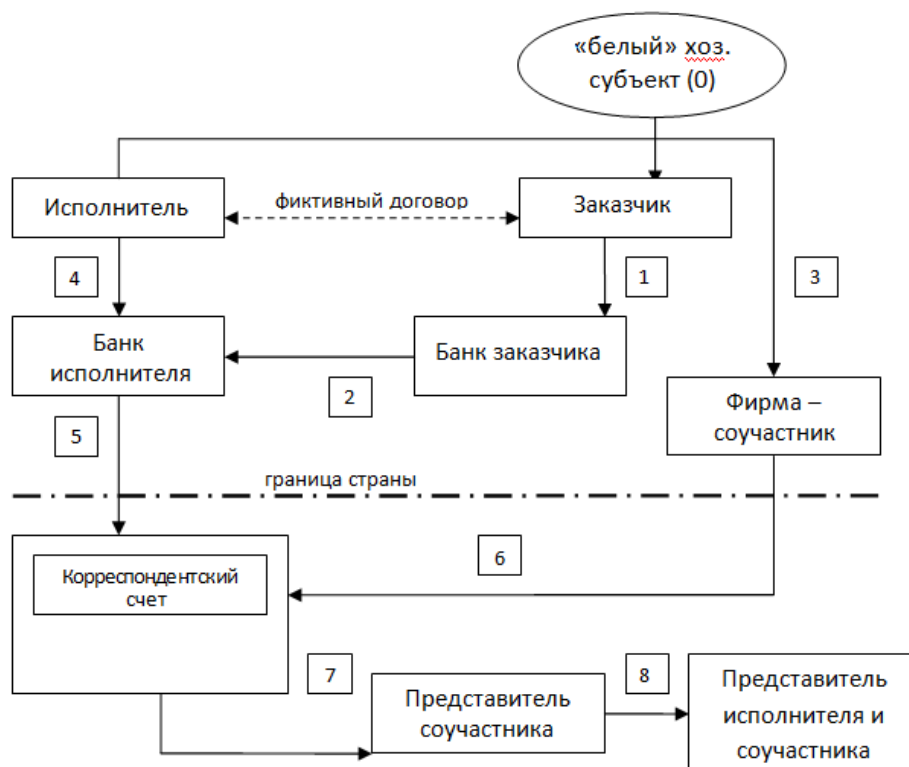


Рис. 1. Схема обналичивания денежных средств с одновременной их конвертацией, с использованием «белого» хозяйствующего субъекта без его ведома. (0 – Законные партнерские отношения «белого» субъекта, без желания работать с теневой сферой. 1 – Оформление и передача в банк Заказчика («черный» хозяйствующий субъект) платежных документов на перечисление денежных средств с расчетного счета Заказчика на расчетный счет Исполнителя. 2 – Перечисление денежных средств на расчетный счет Исполнителя. 3 – Оформление переводного векселя и передача векселя фирме-соучастнице. 4 – Представление в банк фиктивного контракта с партнером вне территории страны, заявление о переводе средств в банк. 5 – Перевод денежных средств на корреспондентский счет в банк за пределами страны. 6 – Предъявление векселя в банк за пределами страны. 7 – Списание денежных средств с корреспондентского счета банка на территории области и получение наличных денежных средств по векселю фирмой-соучастницей. 8 – Передача сумм наличных денег за минусом оговоренного вознаграждения представителям Исполнителя и Заказчика.)

Для осуществления своих функций банковского регулирования и банковского надзора Банк России проводит проверки кредитных организаций (их филиалов), направляет им обязательные для исполнения предписания об устранении выявленных в их деятельности нарушений и применяет по отношению к нарушителям предусмотренные санкции [4].

Проведение Банком России проверок кредитных организаций (их филиалов) является особенно актуальным при проверке соблюдения требований Федерального закона «О противодействии легализации (отмыва-

нию) доходов, полученных преступным путем и финансированию терроризма», оценка кредитного портфеля и других вопросов [1].

При проведении проверки кредитной организации (ее филиала) на предмет соблюдения требований Федерального закона от 7 августа 2001 года № 115 ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» используется:

- информация кредитной организации обо всех счетах, открытых в проверяемом периоде, и обо всех бухгалтерских проводках по всем счетам за проверяемый период;
- информация, переданная кредитной организацией в уполномоченный орган, в виде электронных сообщений за проверяемый период и извещения в виде электронных сообщений об успешном ее приеме;
- информация кредитной организации из юридических дел клиентов кредитной организации;
- информация кредитной организации из реестров операций с наличной валютой и чеками;
- информация кредитной организации о паспортах сделок по валютным операциям, а также ведомости банковского контроля.

Проверку соблюдения кредитной организацией требований по противодействию легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма можно разделить на три направления [2]:

- 1) проверка операций с денежными средствами или иным имуществом, подлежащих обязательному контролю;
- 2) проверка эффективности работы кредитной организации по выявлению и фиксированию операций, подпадающих под категорию «сомнительных»;
- 3) проверка соблюдения сроков (своевременности) направления информации в уполномоченный орган.

Банк России отзывал банковские лицензии в подавляющем большинстве как раз по причине несоблюдения законодательства о противодействии легализации преступных доходов. Формальным основанием для отзыва лицензий служили в основном нарушения правил формирования резервов на возможные потери и потеря ликвидности.

Рассмотрим особенности контроля над отмыванием доходов, полученных преступным путем и основные положения действующих законодательных актов в Великобритании[11].

Великобритания – лидер европейской торговли и крупный финансовый центр. ВВП на душу населения 36 600 долларов в год. Занимает 13 место в мире по уровню жизни населения [13].

Для координации деятельности по “отмыванию” преступных капиталов в стране создана специализированная Объединенная рабочая группа, в состав которой входят ведущие деятели финансового сектора экономики. Оперативной работой занимается Национальная служба Великобритании по финансовым расследованиям, в составе которой имеется Бюро по валютным расследованиям.

До 1986 года отсутствовали нормы, которые предусматривали ответственность за легализацию (отмывание) денежных средств или иного имущества, приобретенных преступным путем. Принятие в указанном году Закона об обороте наркотиков стало юридической основой преследования лиц, совершающих легализацию преступных доходов, полученных от продажи наркотических средств. Позднее, в 1993 году, был принят Закон об уголовной юстиции, который расширил пределы уголовного преследования за легализацию (отмывание) преступно приобретенных доходов, и Положение о противодействии отмыванию денег (ОД), которое определило процедуры внутреннего контроля, включающие внутреннее информирование уполномоченных сотрудников о сомнительных операциях клиентов, идентификацию клиентов, учет сомнительных операций клиентов, обмен информацией в целях выявления и предупреждения ОД.

Если у сотрудника учреждения финансово-кредитной системы есть подозрения, что операция клиента направлена на легализацию средств, приобретенных преступным путем, или сумма по ней превышает установленное пороговое значение, то в соответствии с данным документом он обязан сообщить в компетентные органы о совершаемой клиентом операции.

Эффективность данной системы противодействия обусловлена обязанностью учреждений финансово-кредитной системы информировать о сомнительных операциях своих клиентов в уполномоченные государственные органы (данная обязанность возлагается на инспекторов по противодействию отмыванию денег). Более того, бездействие финансовых учреждений, вследствие которого стала возможной легализация незаконно полученных средств, является в Великобритании уголовным преступлением.

Физические лица могут быть привлечены к уголовной ответственности в том случае, если знают или подозревают, что денежные средства являются доходом от уголовных преступлений, и не сообщают об этом в соответствующие государственные органы. За недонесение о ставших известными операциях по отмыванию денег предусмотрено наказание в виде лишения свободы на срок до пяти лет.

Так Великобритания стала первой европейской страной, ратифицировавшей Конвенцию Совета Европы об отмывании, выявлении, изъятии и конфискации преступных доходов в 1990 году.

В Италии борьба с преступлениями в финансовой сфере была начата раньше, чем во многих других европейских странах [11].

Закон Гамма-Вассали, принятый в 1990 году, установил уголовную ответственность за операции по отмыванию и переводам на сумму свыше 20 млн лир и впервые в мировой правовой практике ввел понятие «преступная организация типа “мафия”».

Кроме этого, Уголовный кодекс Италии предусматривает наказание в виде лишения свободы на срок от 7 до 12 лет и крупный денежный штраф в отношении лиц, занятых легализацией доходов и имущества, добытого преступным путем. При этом наказание может быть увеличено, если такие же действия совершают должностные лица, используя при этом свое служебное положение.

Согласно закону № 143 от 03.05.91 переводы сумм более 20 млн. лир разрешаются только через агентства уполномоченных посредников, которые осуществляют регистрацию и идентификацию клиента. Лица же, отказывающиеся сообщать об операции или от чьего имени они осуществляют данную операцию, либо дающие фальшивую информацию, наказываются лишением свободы на срок от 6 месяцев и штрафом от 1 до 10 млн. лир.

В законе описан механизм обязательного оповещения банковской системой компетентных органов о каждом переводе более 20 млн. лир.

Существует и механизм извещения о подобных операциях министра финансов (закон № 689 от 24.11.84) Предусмотрен достаточно широкий спектр ответственности для уполномоченных посредников как уголовной так и административно-финансовой. Банки и другие посреднические организации обязаны иметь подробную документацию о проведенных резидентами валютных операциях, чтобы судить о попытках "отмывания" денег. Информация о личности человека, социальном положении, адресе валютного счета, на чье имя переводятся денежные средства, дате совершения операции, количестве денег на валютном счету до и после совершения операции также представляется в органы финансового контроля. Срок хранения информации в банках от 5 до 10 лет. Финансовые организации Италии должны сообщать обо всех подозрительных операциях в *Ufficio Italiano dei Cambi (UIC)* – орган Банка Италии, выполняющий функции финансовой разведки.

В функции UIC входят:

- 1) статистический учет и оперативный анализ платежного баланса страны;
- 2) управление валютными резервами;
- 3) предупреждение и противодействие отмыванию доходов и финансированию терроризма средствами финансового анализа и финансовой разведки.

UIC тесно взаимодействует с подразделениями Финансовой гвардии, которые ведут специальное расследование по обнаруженным UIC подозрительным финансовым операциям.

Основными задачами Финансовой гвардии являются:

- 1) следственные действия по выявлению финансовых и налоговых нарушений;
- 2) борьба с отмыванием «грязных» денег силовыми методами;
- 3) участие в военных операциях в случае политических и военных конфликтов, в том числе на границе;
- 4) участие в охране порядка и поддержании общественной безопасности и др.

Финансовая гвардия в административном плане подчинена Министерству финансов, в оперативной работе – начальнику Генерального штаба Вооруженных сил Италии, а в некоторых случаях напрямую подотчетна премьер-министру.

Финансовая гвардия осуществляет оперативно-розыскную деятельность в области отмывания денег, в то время как функции UIC ограничиваются информационно-аналитической работой в этой области. Кроме того, в сферу ответственности Финансовой гвардии попадают контрабанда и организованная преступность в налоговой и финансовой сферах.

Опыт Италии по противодействию легализации преступных доходов был положительно оценен и развит другими европейскими странами. Во Франции в целях противодействия отмыванию преступных доходов финансовые учреждения, включая Банк Франции, внедрили на практике принцип «Знай своего клиента», разработали систему внутреннего контроля, предназначенную для выявления подозрительных или нетипичных операций, в особенности необычных или сложных сделок и сделок с отсутствием экономического обоснования, внедрили механизмы принятия решений, необходимые для информирования надзорных органов о ситуациях, вызывающих подозрение [11].

Повсеместно при работе с физическими лицами кредитные организации должны проверять у своих клиентов наличие у владельцев счетов и доверенных лиц документов, удостоверяющих личность, с фотографиями, наличие справки о постоянном месте жительства, данные о характере коммерческой деятельности.

Особое внимание акцентируется на случаях, когда клиент по необоснованным причинам указывает несколько адресов или мест постоянного пребывания и отсутствует явная связь между владельцем счета и агентом, управляющим счетом.

При обслуживании юридических лиц проверяется наличие официального свидетельства о регистрации или документа, его заменяющего, с указанием наименования компании, ее организационно-правового статуса и юридического адреса головного офиса. При этом кредитная организация

должна особенно досконально осуществлять проверку своего клиента – юридического лица в случаях, когда адрес филиала не совпадает с юридическим адресом головного офиса компании, в качестве юридического адреса головного офиса компании указывается адрес агента, головной офис компании находится в другой стране, в особенности если эта страна отказывается от международного сотрудничества в сфере ПОД/ФТ.

Кредитная организация должна уделять особое внимание операциям когда лица не являются ее постоянными клиентами и сумма сделки составляет свыше 8 тыс. евро.

Эффективная деятельность по противодействию отмыванию преступных доходов должна осуществляться многими государственными органами. Во Франции деятельность по ПОД/ФТ осуществляют такие государственные органы, как Банк Франции, подразделение финансовой разведки Франции TRACFIN и Банковская комиссия Франции.

При Главном операционном управлении Банка Франции создан Отдел контроля за операционными рисками, обеспечивающий централизованный сбор информации по сомнительным сделкам. Если кредитная организация имеет сеть отделений, централизованный сбор информации по сомнительным сделкам, направляемой региональными корреспондентами, осуществляется Генеральным секретариатом.

Подразделение финансовой разведки Франции TRACFIN было создано в 1990 году. Оно находится в подчинении Министерства экономики, финансов и бюджета Франции. В его компетенции – сбор информации в интересах установления источников происхождения денежных средств или характера поднадзорных операций, а также дает объективная оценка проводимых операций.

Банковская комиссия Франции контролирует деятельность кредитных организаций по противодействию легализации преступных доходов и применяет штрафные санкции к банкам, не выполняющим требования о выявлении подозрительных клиентов и сомнительных финансовых операций и требование о представлении в TRACFIN деклараций о подозрительных операциях. Кроме того, в обязанности Банковской комиссии также входят инспекторские проверки кредитных учреждений и инвестиционных компаний.

В настоящее время в Европе происходит увеличение числа легализации (отмывания) доходов преступным путем. В связи с этим в данной работе были проанализированы методы противодействия легализации преступных доходов в разных странах. Можно констатировать, что созданы основы системы противодействия проникновению преступно приобретенных капиталов в финансово-экономические системы стран, действующее законодательство ряда стран в области валютного и экспортного контроля будет совершенствоваться главным образом в направлении более полного отражения рекомендаций и мер по борьбе с “отмыванием” незаконно по-

лученных капиталов, которые разрабатываются и координируются ФАТФ и ЕС.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 7 августа 2001 года № 115-ФЗ (ред. от 17 июля 2009 года) «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» (принят ГД ФС РФ 13 июля 2001 года) (в ред. от 27.07.2010 № 197-ФЗ).

2. Инструкция Банка России от 25 августа 2003 года № 105-И (ред. от 25.12.2010) «О порядке проведения проверок кредитных организаций (их филиалов) уполномоченными представителями Центрального банка Российской Федерации» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 26 сентября 2003 года № 5118).

3. Ковальчук Ю.А., Синюшин П.С. Теневая экономика в регионе: влияние, анализ, противодействие. М.: Бином, Лаборатория знаний, 2010.

4. Лаврушин О.И. Деньги, кредит, банки. М: КноРус, 2010. 322 с.

5. Состояние преступности в России за 2005. М.: ГИАЦ МВД России, 2006. 72 с.

6. Состояние преступности в России за 2006. М.: ГИАЦ МВД России, 2007. 80 с.

7. Состояние преступности в России за 2007. М.: ГИАЦ МВД России, 2008. 80 с.

8. Состояние преступности в России за 2008. М.: ГИАЦ МВД России, 2009. 80 с.

9. Состояние преступности в России за 2009. М.: ГИАЦ МВД России, 2010. 84 с.

10. Состояние преступности в России за 2010. М.: ГИАЦ МВД России, 2011. 84 с.

11. <http://bankir.ru>

12. www.fedsfm.ru

13. www.worldbiz.ru

Контактная информация:

(4912) 46 03 58

e-mail: fm-science@inbox.ru

КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ОТЕЛЕЙ

CONCEPTUAL HOTELS MARKETING COMPLEX

И.В. СТЕПАНОВ, ассистент

Кафедра «Туризм»

Институт туризма и гостеприимства, филиал РГУТиС

I.V. STEPANOV, assistant

«Tourism» Department

Institute of tourism and hospitality, branch of RSUT&S

Аннотация

В статье рассмотрен комплекс маркетинга-микс концептуальных отелей. Также предложен алгоритм проектирования и продвижения концептуальных отелей в городе Москве. Автором выделены основные отличительные черты концептуальных отелей разных типов.

Abstract

In this paper the complex of marketing-mix of boutiques-hotels is considered. Also the algorithm of designing and advancement of boutiques-hotels in the Moscow city is offered. The author allocates the basic distinctive features of conceptual hotels of different types.

Ключевые слова: гостиничный рынок, позиционирование концептуальных отелей, бутик-отель, дизайн-отель, арт-отель.

Keywords: the hotel market, positioning of conceptual hotels, boutiques-hotel, design hotel, art hotel.

Многие специалисты из разных сфер экономической деятельности говорят о том, что современное общество это общество потребления. При этом следует отметить, что это не просто потребление, а потребление для демонстрации своих личных достижений, своего вкуса, имиджа, стиля и т.д. В настоящее время очень просто встретить проявление демонстративного потребления, достаточно просто пройти по улице или зайти в магазин и посмотреть на покупателей тех или иных товаров и услуг. На то, как они реагируют на продукт, на саму покупку, на одобрение или неодобрение окружающих. Увидеть, как покупатели реагируют, когда оказывается, что

их знакомые раньше них купили этот товар или воспользовались этой услугой.

Каждый в этом обществе хочет быть первым, хочет поразить всех окружающих своей экстравагантностью, образованностью, креативностью, и т.д. Поэтому и появляется большое количество новых продуктов, которые направлены на то, чтобы обратить внимание потребителя и удержать его, вызвав необходимые эмоции.

Всё меньше потребитель задумывается о необходимости данного продукта, о его полезности, о его качестве и свойствах, они не важны. И неважно применение этого продукта, важно то какие эмоции, чувства, настроение он несёт.

В связи с тем, что всё больше продуктов потребляется для демонстрации, большое количество специалистов маркетинга говорят о том, что необходимо разрабатывать новые продукты и продвигать их обособленно от других. Для этого необходимо разрабатывать новые критерии проектирования и продвижения, новые типы маркетинга.

Около 60 лет назад появилась идея создания нового вида отеля, который предполагался как гостиничный продукт, разработанный не только маркетологами с учётом потребностей нового типа гостя, но под воздействием тенденции, способствовавшей развитию гостиничного бизнеса. В середине XX века пользовались большой популярностью так называемые «именные» гостиничные номера, апартаменты, пентхаусы, которые отличались от остального номерного фонда гостиницы своим изысканным, индивидуальным или экстравагантным убранством и предлагали изысканный и высоко уровеньный сервис. Именно тогда появилась идея создания нового гостиничного продукта, нового отеля, состоящего из таких номеров, и предлагающего изысканный отдых для гостей отеля.

В настоящее время вызывает массу споров вопрос, кто первым открыл отель такого типа, но это не так важно, если учесть, что сама идея появилась в 60-ые годы, а первые отели были открыты только спустя 20 лет. То есть, проектирование и создание данного вида гостиничного продукта довольно трудоёмкий и кропотливый процесс. При этом следует отметить, что срок окупаемости данного отеля от 8 до 15 лет. То есть если рассмотреть отель Яна Шрагера Morgan, открытый в 1984 году, он окупился примерно в 2004 году. Как раз в этом году в Москве открылся первый отель такого типа Golden Apple, соответственно можно спрогнозировать срок его окупаемости это произойдёт только в 2024 году. Да и то при правильной маркетинговой политике и продвижения данного отеля, в первую очередь за рубежом.

Чем так привлекательны два указанных выше отеля? Ответ напрашивается сам собой: тем, что они относятся к новому виду отелей – концептуальные отели, хотя их и называют дизайн-отель Morgan и бутик-

отель Golden Apple. Они относятся к одному общему виду гостиничного продукта, являясь при этом разными типами.

Таблица 1.

Элементы комплекса маркетинга-микс бутик-отелей.

Элементы маркетинга	Критерий оценки	Бутик-отель
Продукт	Философия	Среди шумной суеты города иметь такое место, которое прелестью неискusstvenной природы заставляло бы человека забывать, что он находится в городе
	Концепция	Непривычное, неординарное в обыденном; Роскошь и современные технологии в историческом окружении
	Атмосфера	Отдыха, расслабления, и в то же время движения
Продвижение	Интерьер	Современные стили и жанры в футляре классических жанров архитектуры
	Месторасположение	Располагается в историческом, культурном и деловом центре города, вблизи основных городских артерий
	Методика проектирования	Индуктивная, основанная на истории и мифологии здания
Ценообразование	Уровень цен	Высокий
	Тарификация	Преобладание Rack Rate над остальными видами тарифов. Наличие корпоративных тарифов
	Стратегия ценообразования	Снятие сливок с рынка
Каналы сбыта	Сегмент потребителей	Праздничный класс
	Роли	Сохранение культурно-исторического наследия

Термин Бутик-отель (Boutique hotel) был популяризован в Северной Америке и в Великобритании, используется для описания внутреннего, а порой и наружного убранства отелей, которые, как правило, бывают роскошными, оригинальными, необычными и причудливыми, что выделяет

Бутик-отели из среды других отелей. Обычно Бутик-отели дистанцируются от крупных отельных сетей, фирменных гостиниц и мотелей, предоставляя эксклюзивное жилье и персональные услуги. Часто Бутик-отели также называют “Дизайн-отели (Design hotels)”, или “Стилевые отели (Lifestyle hotels)”. Первые Бутик-отели появились в 1980-е годы в таких крупных городах, как Лондон, Нью-Йорк и Сан-Франциско. Обычно внутренний дизайн Бутик-отеля стилизован под определённую, присущую только ему тематику. Бутик-отели, как правило, значительно меньше, чем обычные отели – количество номеров в отеле составляет от 3 до 50.

В настоящее время появилось большое количество таких отелей, как за рубежом, так и в России. Но если за рубежом эти отели систематизированы, то в России до сих пор нет единых признаков для разработки типологии этих отелей. Большинство специалистов отельного бизнеса понимают термин бутик-отель как одно из средств оценочного позиционирования. Но мало кто понимает, что этот термин является средством объективного позиционирования. То есть, данный отель обладает определённым набором специфических признаков, которые выделяют его на рынке гостиничных услуг.

Для того, чтобы разрабатывать маркетинговую политику такого продукта, необходимо его рассмотреть в рамках комплекса маркетинга-микс, или 4Р.

Основываясь на данных, приведённых в таблице 1, можно сделать вывод, что основополагающим элементом в проектировании данного гостиничного продукта является продукт, а именно концепция.

Библиографический список

1. Веблен Т. Теория праздного класса. М., 1984.
2. Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. СПб, 2002.
3. Зодерквист Я., Бард А. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. СПб, 2005.
4. Йенсен Р. Общество мечты. СПб, 2004.
5. <http://www.gaomoskva.ru>

Контактная информация:

8 (495) 940-83-60

e-mail: info@rguts.ru

КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАНИЯ

EDUCATION MARKET COMPETITION

Р.Ю. СТЫЦЮК, д.э.н., профессор

Кафедра «Маркетинг»

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Я.Б. МОТОГАЛИ, начальник отдела маркетинга

Турфирма ООО «Вояж-престиж»

R.U. STITSUK, Doctor of Economic Sci., Full professor

«Marketing» Department

Financial University under the Government of the Russian Federation

Ya.B. MOTOGALI, Marketing Department Director

Touristic firm «Voyage-prestige»

Аннотация

Авторы рассматривают особенности конкуренции на российском рынке образования, объемы которого позволяют говорить о нем, как о достаточно развитом, широком объекте хозяйствования, ставшим полигоном для коммерциализации образовательных сфер.

Abstract

The authors examine the features of competition in Russian education market, which volume allows to speak about it as a sufficiently developed, the broad subject of management, which became a training ground for the commercialization of education.

Ключевые слова: конкуренция, образование, маркетинг образования, факторы конкуренции, российский рынок образования.

Keywords: competition, education, marketing education, competitive factors, the Russian education market.

Проблемам конкуренции на российском рынке образования ранее не уделялось много внимания. В существующих работах, касающихся маркетинга образования, конкуренции как фактору, определяющему поведение образовательных учреждений на рынке образовательных услуг, есть место

только в общей схеме. Данное обстоятельство, возможно, также является следствием нерыночных подходов к образованию, до сих пор распространенных в общественном мнении. Тем не менее, игнорирование фактора конкуренции во многих публикациях связано с особым стилем конкурентной борьбы, существующей в образовании. Традиции интеллигентного, внешне максимально уважительного и, в конечном счете, ограниченного по своим целям и инструментам конкурентного противостояния российских вузов достаточно крепки. Можно предположить, что конкуренция маскируется под сотрудничество, но, тем не менее, общая рыночная динамика развития российского образования не могла не привести к возникновению конкуренции как таковой.

Конкуренция – это процесс, протекающий в своем классическом смысле во внешнем окружении организации, в нашем случае – окружении образовательного учреждения. На рынке образования она проявляется, прежде всего, в наличии, без преувеличения, огромного числа субъектов рынка – различных образовательных учреждений (от крупных университетов до небольших, мобильных тренинговых центров). Серьезным фактором, берущим на себя заметный сегмент рынка образования, стали корпоративные учебные центры. Они созданы уже практически во всех крупных российских компаниях.

Конкуренция за потребителя на рынке образования – это, прежде всего, конкуренция в способности учебного центра предоставить эксклюзивный продукт. Ценовая конкуренция, естественно, тоже имеет место, но ее значение не следует переоценивать. Конкуренция в форме снижения цен характерна в основном для новых, неизвестных учебных заведений, как правило, не обладающих собственными квалифицированными кадрами. Рациональный подход к выбору образовательных программ и учебных заведений, как показывают исследования, отнюдь не связан с «низкими ценами». Нарастает конкуренция российских учебных заведений образования с иностранными школами бизнеса, преимущественно западноевропейскими. Зарубежные конкуренты целенаправленно организуют маркетинговые акции по привлечению слушателей на свои качественные программы. Проходящая таким образом глобализация образования заставляет российские учебные заведения отойти от стереотипов, строить образование с эффективным маркетингом и четкой логистикой основных технологических процессов.

В настоящее время конкуренция на российском рынке образования проявляется уже и внутри учебного заведения, изменяя его организационную культуру. Борьба за слушателя идет в стенах многих крупных университетов, академий и школ бизнеса. Это явление в российском образовательном сообществе требует концептуального осмысления.

Контактная информация:

e-mail: marketing@fa.ru

НЕРАВНОМЕРНОСТЬ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

VARIATION IN REGIONAL INNOVATION SYSTEMS DEVELOPMENT IN RUSSIA

А.В. ТАМБОВЦЕВ, аспирант
Институт региональных экономических исследований

A.V. TAMBOVTSEV, postgraduate student
Institute of Regional Economic Research

Аннотация

В статье рассмотрены дисбалансы в структуре региональных инновационных комплексов, с учётом центрo-периферийной модели пространственного развития Дж. Фридмана. Сравниваются характеристики передовых и замыкающих по инновационной деятельности субъектов РФ.

Abstract

The paper evaluates disbalance in structure of regional innovative complexes, taking into account works of J. Friedman. Characteristics of the Russian Federation's regions are compared by innovative activity.

Ключевые слова: региональные инновационные комплексы, характеристики, регионы.

Key words: regional innovative complexes, characteristics, regions.

Модернизация российской экономики на основе инноваций требует разработки инновационной политики не только в федеральном центре, но и в субъектах Российской Федерации. Региональные экономики, как известно, существенно отличаются друг от друга по масштабам, отраслевой структуре, финансовому потенциалу, наличию внутренних источников новшеств, инновационной активности предприятий и т.п. Следовательно, региональные инновационные политики, формируемые на основе федеральной, должны раскрывать и конкретизировать ее установки с учетом конкретных условий субъекта РФ.

Одной из отличительных черт экономики Российской Федерации является, как известно, ее значительные территориальные масштабы, а также большая неравномерность в уровнях развития отдельных регионов [1].

Анализ ее инновационного развития, не может рассматриваться как «точечная», она состоит из множества различных территориальных экономических комплексов.

Стратегия инновационного развития, реализуемая в Российской Федерации, не устанавливает разбивку своих целевых индикаторов в разрезе субъектов Российской Федерации, однако, поскольку российская экономика в этом отношении отличается значительным разнообразием, отражающимся в существенном различии поставленных задач и достигнутых результатов инновационного развития именно в территориальном разрезе. Это означает, что и модернизационные процессы в целом осуществляются неравномерно по территории страны.

В этой связи важно оценить степень неравномерности в распределении инновационных региональных комплексов, поскольку она влияет на эффективность усилий в обеспечении модернизации в разных регионах России. Ведь, как следует из центрально-периферийной модели пространственного развития, созданной еще в середине 1960-х годов Дж. Фридманом [2], сначала инновационные изменения осуществляются в крупных городах, где концентрируются необходимые для этого информационные, человеческие, финансовые и другие ресурсы, и лишь затем они транслируются на периферию. Поэтому попытки интенсивно финансировать модернизационные изменения там, где для этого нет необходимых ресурсов, будут означать расходование средств, которое не приведет к требуемым конечным результатам.

Рассмотрим характеристики инновационных комплексов субъектов Российской Федерации с точки зрения наличия и уровня развития в них основных модернизационных ресурсов. Эти уровни можно характеризовать широким кругом показателей, среди которых в этой статье, из-за ее ограниченного объема, мы рассмотрим следующие:

- ⇒ число научно-исследовательских организаций;
- ⇒ численность сотрудников научно-исследовательских организаций;
- ⇒ количество организаций, осуществляющих технологические, организационные, маркетинговые инновации, в %% от общего числа организаций;
- ⇒ затраты на технологические инновации, в %% от общего объема затрат.

Региональные инновационные комплексы важно также характеризовать с точки зрения результатов использования упомянутых ресурсов. Эти результаты также можно характеризовать различными показателями, к важнейшим среди которых можно отнести:

- ⇒ объем инновационных товаров, работ, услуг, в %% от общего объема продукции;
- ⇒ экспорт инновационных товаров, работ, услуг, в %% от общего объема экспорта.

Анализа официальной статистики [3] позволил выявить и оценить следующие тенденции в развитии указанных выше показателей. В разрезе федеральных округов, по числу научных организаций в 2008 г. впереди был Центральный ФО (1445 организаций), а замыкал ряд Дальневосточный ФО (169 организаций), разрыв достигал 8,6 раз.

По численности сотрудников таких организаций лидировал также ЦФО, где она составляла 396272 чел., а замыкал ряд также ДФО с численность сотрудников 13496 чел. Соответственно, разрыв здесь составлял 29,4 раз.

Для группы добывающих и обрабатывающих производств, производства и распределение электроэнергии, газа и воды, по показателю доли организаций, осуществляющих инновационную деятельность, в 2008 г. лидировал Приволжский ФО (13,9%), а замыкал ряд Дальневосточный ФО (5,4%); разрыв составлял 2,6 раза. В то же время, для группы отраслей «Связь, деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий, оптовая торговля» впереди по-прежнему был ПФО (7,9%), а наименьшая доля инновационно-активных организаций была в Южном ФО (6,1%); разрыв здесь был в два меньше и составлял 1,3 раза.

По затратам на технологические инновации по группе добывающих и обрабатывающих отраслей федеральные округа различаются в 2,6 раза: наибольшие затраты (1,8%) были в ПФО, а наименьшие – в ДФО (0,7%). Для группы информационных отраслей по этому показателю лидировал уже Северо-Западный ФО (1,8%), а замыкал ряд ЮФО (0,2%), так что разрыв достигал 9 раз.

По-иному выглядит эффективность использования ресурсов региональных инновационных комплексов. По группе добывающих и обрабатывающих отраслей показатель доли инновационных товаров, работ, услуг колебался от 12% в ПФО до 0,9% в ДФО, т.е. разрыв составлял 13,3 раза. По группе информационных отраслей в лидерах по этому показателю был вновь ПФО (1,5%), а замыкал ряд Уральский ФО (0,4%), с разрывом в 3,75 раза.

По показателю «Экспорт инновационных товаров, работ, услуг, в %% от общего объема экспорта» по группе добывающих и обрабатывающих отраслей с показателем 23,6% впереди был ПФО, а замыкал ряд ДФО с показателем 0,002%. Соответственно, разрыв здесь составлял почти 12 тысяч раз. По группе информационных отраслей лидировал СЗФО (5,2%), в то время как экспорт таких товаров, работ, услуг либо отсутствовал, либо имел место в объеме, меньшем, чем точность статистического измерения, в Южном, Сибирском и Дальневосточном федеральных округах.

Таким образом, мы видим, что федеральные округа существенно различаются между собой по масштабам их региональных инновационных комплексов, но в еще большей мере – по результатам функционирования

этих комплексов. Поскольку сами федеральные округа образованы чисто по признаку географической близости включенных в их состав субъектов РФ, важно выявить, сохраняются ли существенные разрывы внутри федеральных округов.

Выберем для анализа Приволжский ФО, который является одним из лидирующих по приведенным выше характеристикам, и Дальневосточный ФО, который в целом был явно в числе замыкающих.

Внутри ПФО по числу научных организаций в 2008 г. впереди была Нижегородская область, – 97 организаций, замыкала ряд Республика Марий Эл, – 9 организаций, с разрывом почти в 10 раз.

По численности сотрудников таких организаций лидировала также Нижегородская область, – 42 832 чел., а замыкала ряд Республика Марий Эл, – 201 чел., что обуславливает разрыв в более чем 213 раз.

Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации, самым большим (26,4%) был в Пермском крае, а наименьшим (7,5%) – в Республике Марий Эл.

Затраты на технологические инновации колебались от 23731,3 млн. руб. в Республике Татарстан до 130,5 млн.руб. в Республике Марий Эл, что обусловило разрыв внутри ПФО по этому показателю в почти в 182 раза.

Доля инновационной продукции была максимальной в Самарской области (21,8%), а минимальной – в Республике Марий Эл (1,9%), с разрывом 11,5 раза.

Внутри ДФО по числу научных организаций в 2008 г. впереди был Приморский край (49 организаций), а минимальное число было в Еврейской автономной области – 1 организация, т.е. разрыв составлял 49 раз.

По численности сотрудников таких организаций лидировал также Приморский край (5965 чел.), а замыкал ряд Чукотский автономный округ – 36 чел., что составляло разрыв почти в 166 раз.

Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации, самым большим был в Магаданской области (26,9%), в то время как в Чукотском автономном округе он был статистически ненаблюдаем.

Затраты на технологические инновации в ДФО колебались от 1902,3 млн. руб. в Республике Саха (Якутия) до 0 в чукотском автономном округе.

Наконец, доля инновационной продукции составляла от 5,4% в Чукотском автономном округе до 0,0% в Камчатском крае.

Сравнивая между собой разрывы в характеристиках региональных инновационных комплексов субъектов Российской Федерации, входящих в состав одного из лучших и одного из худших в этом отношении федеральных округов, мы видим, что внутри-окружные разрывы практически столь же велики, как и разрывы между округами. Это свидетельствует о том, что и внутри округов есть свои инновационные центры и своя «периферия».

Следовательно, исходя из модели Дж. Фридмана, можно говорить как минимум о двухуровневой системе центров, которые должны быть объектом первоочередного внимания (приоритетами) со стороны федеральных органов управления при распределении усилий и дополнительных ресурсов для осуществления инновационной технологической модернизации, что, безусловно, повысит эффективность процесса перехода регионов Российской Федерации на инновационный путь развития, официально провозглашенный руководством страны в качестве базовой стратегии на обозримую перспективу.

Библиографический список

1. Зубаревич Н.В. Регионы России: неравенство, кризис, модернизация. М.: НИСП, 2010.
2. Грицай О.В., Иоффе Г.В., Трейвиш А.И. Центр и периферия в региональном развитии. М.: Наука, 1991.
3. Росстат, режим доступа:
<http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/>

Контактная информация:

8 (499) 241-60-95

e-mail: kookahman@gmail.com

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ОБЕСПЕЧЕНИЮ ЗАНЯТОСТИ ИНВАЛИДОВ Г. МОСКВЫ

THE PROVISION OF DISABLED PEOPLE EMPLOYMENT IN MOSCOW: REGIONAL ASPECT

К.А. ТОПИЛИН, начальник отдела
Департамент социальной защиты населения гор. Москвы

K.A. TOPILIN, Head of sector
Department of social protection of population, Moscow City Government

Аннотация

Статья посвящена проблемам обеспечения занятости инвалидов в социально-экономической сфере Москвы. Автор предлагает меры по социальной и профессиональной реабилитации инвалидов, включая меры по их поддержке на рынке труда.

Abstract

The paper deals with the problems of conditions for active participation of disabled people in social and economic life in Moscow. The author suggests methods of social and professional rehabilitation improvement including support on labor market.

Научно-технический прогресс и реализация принципов социального государства создают предпосылки для более широкого и активного вовлечения людей с ограниченными возможностями во все сферы общественной жизни. Инвалиды должны рассматриваться не только как полноправные члены общества, но и как потенциально активная часть его трудового потенциала.

Вместе с тем трудовой потенциал людей с ограниченными возможностями используется далеко не полностью. В Российской Федерации, где проживает более 13 млн. инвалидов, имеет работу примерно 10% из них. В развитых зарубежных странах трудовая активность инвалидов значительно выше и достигает, по имеющимся оценкам, 40-50% [1]. Поэтому разработка активной государственной политики, направленной на социальную и профессиональную реабилитацию инвалидов, создание эффективных механизмов их трудоустройства, совершенствование нормативно-методического обеспечения этого процесса являются сегодня актуальным направлением научных исследований российских ученых.

В Москве проживает 1,2 млн. инвалидов. Демографическая структура инвалидов существенно отличается от структуры всего населения, прежде всего, повышенной долей лиц старше трудоспособного возраста, которая достигает 80%. На долю инвалидов трудоспособных возрастов приходится лишь 20%, или 240 тыс. человек. При этом из общего числа инвалидов трудоспособного возраста более половины – 55,8% составляют инвалиды старших возрастных групп: 50-59 лет мужчины и 45-54 года женщины. Среди инвалидов трудоспособного возраста преобладают мужчины – 56,8%. Из общего числа инвалидов 227,9 тыс., или 19,1% приходится на инвалидов III группы, 890,6 тыс., 75% – на инвалидов II группы, 70,3 тыс., или 5,9% – на инвалидов I группы.

Рынок труда инвалидов является сегментом общего рынка труда, но имеющего определенную специфику. Она обусловлена тем, что инвалиды не способны в основном выдерживать конкуренцию с людьми, не имеющими инвалидности. Причины этого кроются в пониженной трудоспособности по состоянию здоровья, в более низком образовательном, профессиональном и квалификационном уровне, ограничении возможности повышения уровня профессионального образования и смены профессии, низкой трудовой и профессиональной мобильности, повышенном удельном весе инвалидов старшего возраста [2, 3].

В настоящее время в Москве сложились следующие экономические механизмы регулирования рынка труда инвалидов:

- квотирование рабочих мест для инвалидов;
- применение системы льгот и преференций для стимулирования работодателей расширять привлечение инвалидов к труду;
- меры поддержки государством специализированных предприятий, использующих труд инвалидов.

В последнее время роль квотирования в трудоустройстве инвалидов несколько уменьшилась. Работодатели, опасаясь снижения доходов, уклоняются под разными предлогами от приема на работу инвалидов. Изменения в федеральном законодательстве резко ослабили принцип обязательности квотирования рабочих мест, частично отменив ранее применявшиеся санкции за невыполнение квоты.

Вместе с тем утверждать, что механизм квотирования себя изжил, преждевременно. Квотирование, наряду с другими формами, обеспечивающими занятость, является необходимым механизмом в трудоустройстве инвалидов, одним из основных способов защиты их интересов на рынке труда.

В связи с этим необходимо повышать обоснованность квот не только с учетом потребности экономики в рабочей силе, но и пожеланий самих инвалидов в предоставлении им специализированных рабочих мест. Для этого предлагается:

– уменьшить порог численности занятых для работодателей, на которых распространяются требования квотирования рабочих мест. (Сегодня этот порог составляет 100 работающих). Реализация этого предложения позволит включить в процесс квотирования предприятия малого и среднего бизнеса, на которых инвалиды вероятнее всего могли бы найти работу;

– вносить компенсацию стоимости рабочего места за каждого нетрудоустроенного в пределах квоты инвалида. Средства от уплаты компенсаций следует направлять на поощрение тех работодателей, которые принимают на работу инвалидов сверх установленной квоты;

– ввести требование выполнения условий квотирования рабочих мест для всех работодателей, претендующих на получение государственного заказа.

Кроме того, следует повысить роль морального поощрения работодателей, выполняющих условия квотирования путем создания благоприятного имиджа в средствах массовой информации, предоставления различных льгот на участие в конкурсах и т.д.

Необходимо улучшить использование средств целевого бюджетного фонда квотирования рабочих мест в Москве, образованного в соответствии с законом города Москвы от 26 июня 2002 г. В этих целях следует разработать критерии оценки социальной значимости проектов, рекомендованных к финансированию из этого фонда [4].

Для стимулирования работодателей по расширению привлечения инвалидов к трудовой деятельности целесообразно шире применять следующие меры:

– предоставлять субсидии на заработную плату, которые покрывают разницу в производительности труда инвалидов. В некоторых странах такие субсидии имеют временный характер, например, в Швеции четыре года с возможным продлением, в Германии – до восьми лет;

– выделять дотации на покрытие расходов на обучение;

– предоставлять дополнительные дотации на переоборудование рабочих мест и приобретение специального оборудования, которые предоставляются после завершения обучения;

– выделять дотации, стимулирующие работодателей сохранять за инвалидами рабочие места;

– предоставлять налоговые льготы за каждого нового принятого на работу инвалида (данные льготы могут быть ограничены во времени);

– предусмотреть снижение взносов в фонд социального страхования за работников-инвалидов.

Важным направлением совершенствования управления рынком труда инвалидов является улучшение порядка финансовой поддержки работодателей при реализации проектов по созданию и сохранению (модернизации) дополнительных рабочих мест.

Для повышения адресности предоставления финансовой помощи работодателям предлагается реализовать следующие подходы:

- Разработать и внедрить систему показателей, учитывающих реальные потребности инвалидов в трудоустройстве, создать информационную базу содействия их занятости;
- осуществлять координацию работ между различными ведомствами, учреждениями и общественными организациями социальной сферы по вопросам содействия занятости инвалидов;
- проводить экспертизу проектов работодателей по созданию и модернизации рабочих мест для оценки их соответствия потребностям инвалидов и социальной значимости проекта;
- осуществлять прогнозные расчеты потребности в трудоустройстве инвалидов.

К числу мер, повышающих заинтересованность работодателей в приеме на работу инвалидов, можно также отнести:

- поощрение в средствах массовой информации предпринимателей, наиболее полно выполняющих обязательства по трудоустройству инвалидов, предоставление им преимуществ при проведении конкурсов на проекты;
- предоставление преимуществ при проведении конкурсов на получение государственных и городских заказов работодателям, трудоустраивающим инвалидов сверх установленных квот.

Особого внимания требует поддержка закрытого рынка труда – специализированных предприятий, использующих труд инвалидов. Эти предприятия еще долго будут играть важную роль в решении проблем занятости инвалидов. Поэтому необходимо осуществлять инвестиции в создание рабочих мест для инвалидов; создавать на крупных промышленных предприятиях специализированные цеха (участки) для гарантированного трудоустройства инвалидов по востребованным на рынке труда специальностям, а также сохранять существующие рабочие места на предприятиях, находящихся в ведении общественных организаций инвалидов.

Важным направлением поддержки является оказание консультационной методической и иной помощи в подготовке специалистов, обеспечивающих трудоустройство и деятельность инвалидов, осуществлять разработку и внедрение методических материалов, способствующих работе с инвалидами; стимулировать самозанятость инвалидов и создание ими предприятий малого бизнеса. Последнее направление представляется особенно перспективным, позволяющим наиболее полно раскрыть свой потенциал молодым инициативным инвалидам. Поэтому поддержка этого направления со стороны государства особенно важна.

Библиографический список

1. Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации 2008. Россия перед лицом демографических вызовов. UNDP. Москва, 2009.

2. Кузнецова Л.П. Социально-уязвимые слои населения: проблемы занятости и бедности. М.: Полус, 2000.

3. Разумов А.А., Ягодкина М.А. Бедность в современной России. М.: Формула права, 2007.

4. Ильин С.П. Квотирование рабочих мест для инвалидов на рынке труда Москвы // Вопросы экономики. 2006. № 11.

Контактная информация:

8 (903) 566-88-70

e-mail: topilin@inbox.ru

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

THE FACTORS INFLUENCING FORMATION AND DEVELOPMENT OF RESOURCE POTENTIAL OF THE HOTEL ENTERPRISE

Р.Н. УШАКОВ, к.э.н., доцент

Кафедра «Менеджмент на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства»

Институт туризма и гостеприимства

R.N. USHAKOV, Cand. of Economic Sci., Ass. professor

Management in tourism and a hotel economy department

Institute of tourism and hospitality

Аннотация

Для успешного ведения конкурентной борьбы необходим постоянный анализ факторов, влияющих на развитие потенциала гостиничного предприятия. Это позволит оптимально использовать ресурсы гостиницы, а также реализовать неиспользуемые возможности на емком гостиничном рынке.

Abstract

The constant analysis of the factors influencing of the hotel enterprise potential development necessary for successful conducting competitive struggle. It will allow to use optimum hotel resources, and also to realize not used possibilities in the capacious hotel market.

Ключевые слова: ресурсный потенциал, гостиничное предприятие.

Keywords: resource potential, the hotel enterprise.

Обращаясь к факторам, воздействующим на формирование ресурсного потенциала и составляющих его элементов, необходимо учитывать специфику гостиничной индустрии, которая сегодня представляет собой отрасль с растущим уровнем конкуренции на рынке гостиничных услуг. Так, по одному из мнений, основными тенденциями в развитии гостинич-

ного бизнеса, которые надо учитывать при формировании ресурсного потенциала, выделяет:

- распространение сферы интересов гостиничного бизнеса на продукты и услуги, ранее предоставляемые предприятиями других отраслей (например, организации питания, досуга, развлечений, выставочной деятельности и др.);

- развитие демократизации гостиничной индустрии, способствующей повышению доступности гостиничных услуг для массового потребителя;

- усиление специализации гостиничного бизнеса, позволяющей более четко ориентироваться на определенные сегменты потребителей с учетом различных признаков;

- глобализация и концентрация гостиничного бизнеса;

- персонификация обслуживания и полная концентрация на запросах и потребностях клиентов;

- широкое внедрение новых средств коммуникации и информационных технологий, позволяющее проводить глубокую и системную экономическую диагностику;

- внедрение новых технологий в деловую стратегию гостиничных предприятий, в частности, широкое использование сети Интернет с целью продвижения гостиничных продуктов и услуг [1].

Заслуживает внимания в поиске факторов, воздействующих на формирование ресурсного потенциала гостиничного предприятия, вопрос повышения качества оказываемых услуг. В частности, одним из основных направлений по созданию качественных услуг является четкое соблюдение параметров комфортности, которые выработаны практикой турбизнеса и являются универсальными как для гостиницы, так и для работы предприятия питания или туристской фирмы. В комплекс составляющих входят следующие компоненты понятия «комфорт»:

- информационный комфорт (насколько полную информацию может получить гость об отеле, предприятии питания и других объектах гостиничной сферы);

- экономический комфорт (под ним понимают удобство расчета для гостя; систему дисконтов, бонусов, клубных карт и другие меры, призванные мотивировать гостя в повторном выборе средства размещения или предприятия питания, турагентства или экскурсионного бюро);

- эстетический комфорт (под ним понимают комплекс причин, по которым гость выбирает тот или иной отель: эстетично оформленный интерьер, единый стиль, соответствие стиля направленности предприятия, не раздражающая гостя цветовая гамма, соответствие материалов стандартам безопасности и гигиены);

- бытовой комфорт (под ним подразумевается создание нормальных условий для проживания гостя — оптимальная температура, влажность воздуха, атмосферное давление, удобство мебели и т.п.);

- психологический комфорт (под ним понимают комплексный охват всех вышеперечисленных параметров, так как при отсутствии хотя бы одной из перечисленных составляющих настроение гостя будет испорчено) [2].

Наконец, к факторам, воздействующим на формирование ресурсного потенциала гостиничного предприятия можно отнести следующие:

- сильный бренд;
- масштаб деятельности;
- сервис и поддержка;
- возврат инвестиций.

Сильный бренд характеризует узнаваемость, предпочтение потребителей. Обычно он предлагает то, чего нет у других, новые технологии; присутствует на разных рынках, как географических, так и в разных сегментах. Масштаб деятельности. Для успеха недостаточно иметь много отелей в одном регионе, городе.

Чем больше проектов в разных регионах и различных сегментах от бюджетных до пятизвездных отелей, тем значительнее прибыль. Сервис и поддержка подразумевают регламентацию процедур деятельности отеля; технологии, обеспечивающие стабильное качество сервиса независимо от возраста или национальной принадлежности персонала; поддержку инвесторов с начала проекта до его реализации [3].

В общем виде формирование потенциала предприятия включает следующие этапы:

- 1) оценка структуры, динамики и эффективности использования производственных ресурсов и возможностей предприятия, его доля или занимаемое положение на рынке;

- 2) определение уровня конкурентоспособности основных видов продукции, самого предприятия в целом и его совокупного потенциала;

- 3) анализ имеющихся производственных ресурсов и потерь экономических ресурсов на предприятии;

- 4) выбор основной стратегии и тактики развития потенциала предприятия;

- 5) планирование развития потенциала предприятия с учетом выбранных перспективных целей и имеющихся ограничений ресурсов;

- 6) осуществление запланированных мероприятий, связанных с обеспечением экономического роста и развития потенциала предприятия [1].

Также учитывая специфику работы гостиничного предприятия и выявленные тенденции и составляющие ресурсного потенциала, возможности гостиничного предприятия будут в первую очередь связаны с индивидуальным обслуживанием клиентов, использованием современных

технологий и постоянного мониторинга как ситуации на рынке, так и внутри конкретной гостиницы.

Нельзя не отнести к факторам формирования ресурсного потенциала гостиничного предприятия, следующие гостиничные технологии:

– минимизация времени на выявление потребностей гостя (системами, призванными решать подобные задачи стали CRM – системы Customer Relationship Management; они собирают информацию из различных источников и аккумулируют их в одной точке, чтобы предпочтения гостя были учтены заранее);

– повышение простоты и доступности услуг для гостя (широко используется технология идентификации с помощью магнитных и чиповых карт, электронная дактилоскопия;

– системы бэк-офиса должны быть консолидированы (это требуется для четкого понимания контроля и получения полной информации по работе гостиницы) [4].

Таким образом, среди основных направлений повышения ресурсного потенциала гостиничного предприятия можно отметить следующие:

– улучшение использования имеющегося номерного фонда (за счет сглаживания сезонных колебаний по загрузке гостиницы, изменение структуры управления ею);

– анализ резервов всех составляющих потенциала, их оптимизация и совершенствование менеджмента предприятия в целом и всех его составляющих;

– повышение уровня диверсификации товаров и услуг, предлагаемых гостиничными предприятиями, постоянное внедрение инноваций.

Библиографический список

1. Клычева Р.А. Совершенствование управления ресурсным потенциалом предприятий гостиничного хозяйства. Автореф. дисс. к.э.н. Махачкала, 2010.

2. Малахова Н. Н., Ушаков Д. С. Инновации в туризме и сервисе. М., 2008.

3. <http://gaomoskva.ru/index.php?mid=586>

4. www.mgus.ru/files/electronic_journal/number7/19.doc

Контактная информация:

+7 (916) 813-86-07

e-mail: ushakov_roman_n@mail.ru

ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

STAGES OF ENTERPRISE OF THE STEADY DEVELOPMENT STRATEGY FORMATION

И.А. ФИРСОВА, д.э.н., профессор

Кафедра «Маркетинг»

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

С.П. АЗАРОВА, ассистент

Кафедра «Маркетинг»

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

I.A. FIRSOVA, Doctor of Economic Sci., Full professor

«Marketing» Department

Financial university at the Government of the Russian Federation

S.P. AZAROV, assistant

«Marketing» Department

Financial university at the Government of the Russian Federation

Аннотация

В статье рассматривается процесс формирования стратегии устойчивого развития предприятия, представлены этапы формирования стратегии, описаны уровни детализации бизнес-процессов.

Abstract

In this paper the enterprise steady development strategy formation process is considered, strategy formation stages are presented, detailed elaboration business -processes levels are described.

Ключевые слова: стратегия устойчивого развития предприятия, ключевые факторы успеха, стратегическая карта, бизнес-процессы.

Keywords: Strategy of steady development of the enterprise, key factors of success, strategic card, business-processes.

Стратегия устойчивого развития предприятия формируется в результате воздействия внешнего окружения и возможных внутренних перспек-

тив деятельности предприятия с учетом рыночной среды, при этом важное значение имеет как формирование общей линии поведения на рынке с учетом имеющейся конкуренции, так и соответствие организационной структуры управления предприятия поставленным целям и задачам, отлаженность бизнес-процессов и оснащенность ресурсами.

При формировании стратегии устойчивого развития предприятия общественного питания мы выделяем 5 этапов. Первый этап – определение ключевых факторов успеха. При разработке стратегии устойчивого развития, предприятие формулирует свою миссию и затем проводит ее декомпозицию на стратегические цели. Используя принцип Парето, в [1] выделяются наиболее существенные цели и задачи, конкурентные возможности, результаты деятельности, так как именно они определяют успех предприятия на рынке. Ключевые факторы успеха представлены как важные характеристики бизнеса, например: высокий уровень удовлетворенности потребителей, отличные поставщики, квалифицированный и мотивированный персонал, демократичные цены, программа лояльности для клиентов и прочее. Рассматривая предприятия с различной социальной адресностью услуг общественного питания, необходимо отметить, что ключевые факторы успеха для них будут различны.

Второй этап – построение стратегической карты, выбор показателей и определение их целевых значений. Определив цели и ключевые факторы успеха необходимо установить причинно-следственные связи, которые можно представить в виде стратегической карты. В стратегической карте указываются только стратегически значимые цели, которые имеют причинно-следственные связи.

Качественные и количественные показатели «стратегии» являются основой системы сбалансированных показателей, которая позволяет перевести миссию и видение предприятия в набор оперативных целей и показателей. На наш взгляд система сбалансированных показателей для предприятий должна содержать три раздела: оперативные показатели; стратегические показатели; текущие показатели. Каждый из них разделён на одноимённые группы по категориям. Отличие групп по разделам преимущественно состоит в том, для кого предназначена соответствующая информация. Отсюда вытекает периодичность отслеживания (стратегические гораздо реже) и степень обобщения (для акционеров она выше).

Третий этап – механизм построения бизнес процессов через систему сбалансированных показателей. Основной целью стратегического уровня является построение системы управления процессами организации, которые мы условно детализировали на три уровня: нулевой, первый и второй. Области описания и отладки бизнес-процессов работают по общим стандартам, установленным экономической теорией управления качеством [2]. Учёт специфики деятельности предприятия общественного питания осуществляется на первом этапе при изучении и описании «как есть». Затем

разрабатывается описание «как должно быть» с учётом выявленных недостатков в организации протекания и управляемости основных бизнес-процессов предприятия. После этого схемы внедряется в практику работы предприятия, т.е. осуществляется реинжиниринг бизнес-процессов. Обычно эффект от этого достаточно ощутимый. Затраты на реинжиниринг окупаются во вполне приемлемые сроки.

На нулевом уровне рассматриваются входящие и выходящие основные информационные и материальные потоки, называемые соответственно «входы» и «выходы», управляющие воздействия и ресурсы главного бизнес-процесса «Функционирование предприятия» по отношению к внешнему окружению предприятия. При описании деятельности организации на данном этапе важно показать основные субъекты окружения и основные потоки так, чтобы модель не стала слишком сложной, но в то же время была достаточно информативной для целей дальнейшего выделения основных бизнес-процессов. Результатом работ является спецификация входов/выходов и окружения организации.

На входе основного бизнес-процесса имеются основные потребители услуг с их целевыми и индивидуальными потребностями и маркетинговая информация. На выходе – удовлетворенные и лояльные потребители; имидж предприятия; прибыль предприятия и доходы акционеров; маркетинговые мероприятия. На функционирование предприятия оказывают управленческое воздействие законодательные акты органов власти, а также решения Собраний акционеров. Функционирование предприятия осуществляется за счет использования различных видов ресурсов – материальных, трудовых, финансовых, в т.ч. акционерного капитала.

Первый уровень детализации характеризуется выделением внутренних бизнес-процессов предприятия; определением их связи с внешними и внутренними входами/выходами; установлением видов циркулирующих потоков документации, информации, товарно-материальных ценностей и денежных средств.

Работу по описанию бизнес-процесса рекомендуется начать с определения выходов. В данном случае главными являются «Результаты хозяйственной деятельности» и «Удовлетворение и лояльность потребителей». Кроме того, в результате реализации бизнес-процессов должна сформироваться информация для управленческого учета.

Далее исследуем входы: в качестве таковых может выступать только то, что теми или иными действиями внутри процесса преобразуется в выходы. Если что-то влияет на действия внутри процесса, но не подвергается там преобразованиям, то его следует отнести к управляющим воздействиям.

На втором уровне каскадирования бизнес-процессов проводится детализация каждого бизнес-процесса предприятия. В результате формализации бизнес-процессов, соответствующие разделы должностных инструк-

ций для участников бизнес-процессов формируются на объективной основе, становятся ясными содержание и порядок оценки эффективности реализации процесса в целом, работы его владельца и других участников, появляется возможность объективной мотивации соответствующего персонала. Кроме того, на графических схемах легко определить точки управленческого контроля, его содержание и порядок выполнения в каждой точке. Проведение данного формализованного описания является насущной потребностью перед внедрением системы управленческого учета, так как функционально оно должно быть связано с зонированием предприятия.

Итак, механизм реализации стратегии – это длительный трудоемкий процесс, где много времени отводится на увязку краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных целей устойчивого развития предприятия. На долгосрочном уровне определяется миссия предприятия, и ставятся стратегические цели. На среднесрочном уровне долгосрочные стратегические ориентиры трансформируются в укрупненные финансовые показатели и на краткосрочном уровне они детализируются.

Библиографический список

1. Воронов А., Рубанов С. Устойчивое развитие предприятия, как стратегическая цель маркетинга // Маркетинг. 2002. № 3. С. 31-37.
2. Управление качеством / Под ред. Ильенковой С.Д. М: ЮНИТИ – ДАНА, 2006. 334 с.

Контактная информация:

8 (499) 943-94-65

e-mail: marketing@fa.ru

**ОЦЕНКА
ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
ENTERPRISE FINANCIAL STABILITY ESTIMATION**

И.А. ФИРСОВА, д.э.н., профессор
Кафедра «Маркетинг»
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Ю.И. ФИРСОВ, аспирант

I.A. FIRSOVA, Doctor of Economic Sci., Full professor
«Marketing» Department
Financial university at the Government of the Russian Federation

Yu.I. FIRSOV, postgraduate student

Аннотация

В статье рассматривается система показателей стратегии устойчивого развития предприятия. Выявляются показатели оценки финансовой управленческой, технологической и маркетинговой устойчивости предприятия.

Abstract

In the paper the enterprise financial stability development strategy system parameters are considered. Parameters of the enterprise financial administrative, technological and marketing stability estimation revealed.

Ключевые слова: оценка финансовой устойчивости, стратегия, устойчивость предприятия, показатели финансовой устойчивости.

Keywords: financial stability estimation, strategy, enterprise stability, financial stability parameters.

Современное предприятие – это организационная система, которая является частью экономической системы, следовательно, уровень устойчивого развития предприятия зависит от характера влияния на него как отдельных элементов, так и целой системы, частью которой выступает данное предприятие.

Существует три основных типа стратегического развития:

- идеальный – обеспечивающий непрерывность и устойчивость экономического роста предприятия;
- реальный – предполагающий частичное реформирование после появления первых негативных признаков функционирования;
- радикальный – когда исчерпан ресурс и необходимо кардинальное изменение всех структур.

Стержнем формирования стратегии устойчивого развития предприятия является комплекс мер, ориентированных на использование ключевых конкурентных преимуществ, выявленных на этапе диагностики. Разрабатываются предложения и планы по оптимизации системы управления, и проводится мониторинг всей системы на устойчивость.

Качественные и количественные показатели позволяет перевести миссию и видение предприятия в набор оперативных целей. На наш взгляд система показателей стратегии предприятия должна содержать три раздела: оперативные показатели; стратегические показатели; текущие показатели. Каждый из них разделён на одноимённые группы по категориям. Отличие групп по разделам преимущественно состоит в том, для кого предназначена соответствующая информация. Отсюда вытекает периодичность отслеживания (стратегические гораздо реже) и степень обобщения (для акционеров она выше).

Раздел «Текущие показатели» представляет собой выборку из двух других групп и содержит те, которые отслеживаются ежедневно. По каждому из показателей известны критические значения или диапазоны значений по категориям «хорошо, нормально», «внимание, может привести к «плохо»», «плохо, очень плохо».

Для анализа управленческой, технологической и маркетинговой устойчивости предприятия необходимо, на наш взгляд, проводить GAP-анализ, основной процедурой которого является выявление показателей экспертным методом. Выставляется ранг значимости, определяющий степень весомости показателей устойчивости функционирования предприятия.

Для анализа финансовой устойчивости предприятия необходимо анализировать взаимосвязь между активом и пассивом баланса, т.е. прослеживать направления использования средств по пассиву баланса, так и коэффициентов, отражающих взаимосвязь между источниками формирования средств предприятия и структурой вложений.

При проведении финансового анализа устойчивости предприятия необходима оценка оптимальности соотношения собственного и заемного капитала предприятия. При этом выделяем коэффициенты капитализации, характеризующие финансовое состояние предприятия с позиций структуры источников средств; и коэффициенты покрытия, характеризующие финансовую устойчивость с позиций расходов, связанных с обслуживанием внешних источников привлеченных средств.

Среди коэффициентов капитализации считаем целесообразным рассмотрение следующих из них. Коэффициент финансовой автономии характеризует долю собственных средств предприятия (собственного капитала) в общей сумме средств, авансированных в его деятельность. Коэффициентом, обратным коэффициенту финансовой автономии является коэффициент финансовой зависимости. Произведение этих коэффициентов равно единице, критическое значение коэффициента финансовой зависимости равно двум. Рост этого показателя в динамике означает увеличение доли заемных средств в финансировании предприятия, а следовательно, и утрату финансовой независимости. Если его значение снижается до единицы, то это означает, что собственники полностью финансируют свое предприятие.

Коэффициент финансового риска показывает соотношение привлеченных средств и собственного капитала. Этот коэффициент дает наиболее общую оценку финансовой устойчивости и отражает количество средств на каждую единицу собственных. Рост показателя в динамике свидетельствует об усилении зависимости предприятия от внешних инвесторов и кредиторов. Оптимальное значение данного коэффициента больше или равно 0,5. Критическое значение равно единице.

Коэффициент маневренности собственного капитала показывает, какая часть собственного оборотного капитала находится в обороте и позволяет свободно маневрировать этими средствами, а какая капитализирована. Коэффициент должен быть достаточно высоким, чтобы обеспечить гибкость в использовании собственных средств предприятия.

Говоря о финансовой устойчивости предприятия необходимо выделить абсолютную устойчивость, нормальную устойчивость и неустойчивое финансовое положение и кризисное предприятия. При этом под абсолютной финансовой устойчивостью понимается трехкомпонентный показатель типа финансовой устойчивости, который имеет следующий вид: $S = \{1, 1, 1\}$. Такой тип финансовой устойчивости характеризуется тем, что все запасы предприятия покрываются собственными оборотными средствами, т.е. организация не зависит от внешних кредиторов. Такая ситуация встречается крайне редко.

Нормальная финансовая устойчивость имеет показатель типа финансовой устойчивости – $S = \{0, 1, 1\}$. В этой ситуации предприятие использует для покрытия запасов, помимо собственных оборотных средств, также и долгосрочные привлеченные средства. Такой тип финансирования запасов является «нормальным» с точки зрения финансового менеджмента. Нормальная финансовая устойчивость является наиболее желательной для предприятия.

Неустойчивое финансовое положение имеет показатель типа финансовой устойчивости имеет вид: $S = \{0, 0, 1\}$, при этом ситуация характеризуется недостатком у предприятия «нормальных» источников для финан-

сирования запасов. В этой ситуации еще существует возможность восстановления равновесия за счет пополнения источников собственных средств, сокращения дебиторской задолженности, ускорения оборачиваемости запасов.

Кризисное финансовое состояние $S=\{0, 0, 0\}$ характеризуется ситуацией, при которой предприятие имеет кредиты и займы, не погашенные в срок, а также просроченную кредиторскую и дебиторскую задолженность. В этом случае можно говорить о том, что предприятие находится на грани банкротства.

Таким образом, применяя методику финансового анализа, можно определить финансовую устойчивость предприятия и принять своевременные управленческие решения.

Контактная информация:

8 (499) 943-94-65

e-mail: marketing@fa.ru

**ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ
ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ТОВАРА
ПРИ АНАЛИЗЕ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ**

**PRODUCT LIFE CYCLE MODERN CONCEPT
RESEARCH AT THE ENTERPRISE STABILITY ANALYSIS
IN THE COMPETITIVE ENVIRONMENT**

С.В. ШАРОВАТОВ, аспирант
Кафедра «Производственный менеджмент»
МАТИ

S.V. SHAROVATOV, postgraduate student
«Industrial management» Department
МАТИ

Аннотация

В статье рассматривается зависимость между устойчивостью предприятия в конкурентной среде и жизненным циклом товара, исходя из стадии жизненного цикла товара. Рассматривается взаимосвязь жизненного цикла товара с функциями управления предприятием. Проводится анализ различных этапов жизненного цикла товара и их особенности. Раскрываются преимущества и недостатки концепции жизненного цикла товара.

Abstract

In paper the dependence between stability of the enterprise in the competitive environment and life cycle of the product proceeding from a stage of life cycle of the goods is considered. The interrelation of life cycle of the product with functions of operation of business is considered. The analysis of various stages of life cycle of the goods and their feature is carried out. Advantages and disadvantages of the concept of life cycle of the product are revealed.

Ключевые слова: устойчивость, стабильность, жизненный цикл товара, стадии жизненного цикла товара.

Keywords: stability, product life cycle of the, product life cycle stages.

В современных научных исследованиях часто используется понятие «устойчивость» экономических систем, которая отражает их способность преодолевать различные негативные факторы внешней и внутренней среды и осуществлять определенную производственную деятельность. При этом понятие «стабильность экономической системы» не противоречит содержанию понятия «устойчивость» и определяет ее способность быстро и эффективно адаптироваться к развитию конкурентной среды.

Устойчиво работающее предприятие может не только адаптироваться к условиям внешней среды, но и активно развиваться в различных направлениях.

Для масштабного развития экономики устойчивость должна быть важной характеристикой широкого класса экономических систем: производственных, инвестиционных, финансовых и т.д.

Основой деятельности каждого предприятия является его товарная продукция, реализация которой обеспечивает ему возможность выполнять свои функции перед государством, содержать производственные фонды, персонал, развиваться и модернизировать свои производственные мощности.

Каждый товар, выпускаемый предприятием в соответствии со своей специализацией, подобно живому организму, рождается, живет и умирает.

Объемы и продолжительность производства различных товаров изменяются во времени циклически. Основными факторами развития товарного производства и сменяемости товаров являются технический прогресс и развитие конкуренции на товарных рынках.

Период времени от начала разработки товара до снятия его с производства и продажи называется **жизненным циклом товара (ЖЦТ)**. Каждый товар или его модификация имеют свой период жизни, который может насчитывать от нескольких лет до нескольких десятков лет.

Концепция жизненного цикла товара была впервые разработана в 1965 г. Теодором Левиттом, который полагал, что любой товар рано или поздно вытесняется с рынка другим, более совершенным или дешевым товаром. Законы диалектики подтверждают, что в мире не существует вечного товара.

Исследования показывают, что концепцию жизненного цикла товара в практической деятельности целесообразно использовать как к классам товаров, так и подклассам (в условиях многономенклатурного производства) и даже торговой марке.

Продолжительность жизни каждого товара определяется следующими стадиями: разработка, внедрение (В), рост (Р), зрелость (насыщение) (З) и спад (С). Причем каждая стадия имеет свои показатели по прибыли и выручке, свои особенности производства, свою ценовую политику и маркетинговую стратегию.

Исследование ЖЦТ требует анализа: сбыта продукта, прибыли, конкурентов и стратегию маркетинга с момента поступления товара на рынок и до его ухода с рынка и многих других аспектов.

Необходимо отметить также, что концепция ЖЦТ непосредственно участвует во всех функциях управления предприятием (рис. 1):

– при **планировании** производства и реализации товара учитывается реальный рыночный спрос, возможности его повышения или объективные факторы снижения и т.д.;

– **учет** реализации товара по различным рынкам, сегментам, потребителям, заказчикам определяет фактические изменения по продаже товара по отношению к запланированным показателям, который позволяет провести дальнейший анализ складывающихся тенденций;

– **анализ** таких показателей, как: объемы реализации товара; цена товара; себестоимость товара; развитие рыночной конъюнктуры (изменение спроса); производственные возможности предприятия и т.д. осуществляется с тем, чтобы выработать рациональные управленческие решения;

– **регулирование**, как функция управления, позволяет скорректировать на перспективу: объемы производства; цены; маркетинговые исследования и мероприятия; расширение рынков сбыта; оптимизировать каналы распределения и т.д.



Рис 1. Взаимосвязь ЖЦТ с функциями управления предприятием.

Рассмотрим кратко особенности отдельных стадий ЖЦТ.

Стадия «Разработка товара» в теории жизненного цикла рассматривается как первоначальная и во многом определяющая его успех в перспективе. Однако чаще всего разработка нового товара ведется отдельны-

ми исследовательскими организациями и, как правило, жизненный цикл товара на рассматриваемом предприятии начинается с внедрения.

1. **Стадия внедрения (В)** – период времени, в течение которого предприятие осваивает производство нового товара. Происходит медленный рост выручки по мере выхода товара на рынок. На данной стадии производство товара имеет повышенные затраты и нулевую или небольшую прибыль. Иногда на стадии внедрения предприятие имеет убытки, которые покрываются на следующей стадии роста.

2. **Стадия роста (развития) (Р)**, которая характеризуется признанием товара рынком и повышением спроса на него. Достаточно быстро увеличиваются объемы продаж (выручка) и прибыль за счет снижения издержек производства, эффекта масштаба производства и других факторов. Рост рассматриваемых показателей может быть достаточно быстрым и относительно медленным.

3. **Стадия зрелости (насыщения) (З)** – период постепенного замедления темпов роста продаж в связи с тем, что товар уже имеет своих покупателей (потребителей), но одновременно появляются новые более совершенные товары аналоги. На этой стадии прибыль обычно достигает своего максимума и начинает снижаться за счет: дополнительных расходов по поддержанию спроса на товары; введения дополнительной рекламы и других маркетинговых мероприятий по стимулированию сбыта; снижения цены для получения конкурентных преимуществ на рынке и т.д.

4. **Стадия спада (С)** – период резкого снижения объема продаж и прибыли за счет вытеснения товарами конкурентов, которые обладают лучшими технико-экономическими характеристиками и другими преимуществами.

В реальной практике определить завершение одной стадии и начало другой достаточно сложно. Обычно началом каждой новой стадии считается момент, когда увеличение или уменьшение объема продаж становится ярко выраженным.

Рассматриваемый жизненный цикл проходят практически все товары, однако общая длительность цикла и особенно продолжительность каждой стадии значительно отличаются. Для одних товаров характерно практическое отсутствие стадии внедрения (технология производства товара полностью соответствует профилю работы предприятия). Для других стадия внедрения бывает достаточно длительной и почти сразу переходит в стадию зрелости, или стадия спада может перейти в стадию роста за счет проведения дополнительных мероприятий ФОССТИС и частичной модернизации товара.

В процессе производства и реализации товара служба маркетинга предприятия отслеживает динамику ЖЦТ для принятия необходимых управленческих решений. В процессе анализа выявляются:

– рыночная ситуация и тенденции ее изменения;

- поведение конкурентов и потребителей;
- инструменты маркетинга, с помощью которых можно решить текущие и перспективные задачи предприятия и т.д.

Каждая стадия ЖЦТ требует подбора соответствующих маркетинговых инструментов: – обоснования цен; различных мероприятий ФОС-СТИС; методов и форм распределения и продвижения товара.

Современные исследования ЖЦТ позволяют констатировать следующее:

- срок жизни любого товара ограничен;
- отдельные стадии ЖЦТ определяются на основе двух показателей: объема продаж (выручки) (Q_p) и прибыли ($ПР$) производителя (торговой организации);
 - для каждой стадии ЖЦТ характерны специфические цели, задачи, возможности и проблемы;
 - каждая стадия ЖЦТ требует особого подхода к стратегии в области маркетинга, финансов, производства, сбыта и управления персоналом;
 - один и тот же товар при реализации на разных рынках в один и тот же период времени может находиться на разных стадиях жизненного цикла;
 - любой товар может быть снят с производства по различным объективным и субъективным причинам на любой стадии жизненного цикла (например, на стадии зрелости не дожидаясь спада);
 - жизненный цикл товара не всегда прекращается вместе с его исчезновением с рынка;
 - некоторые товары в зависимости от стратегии производителя могут иметь возможность продлить срок жизни за счет определенных маркетинговых мероприятий, обычно проходя повторный рост и зрелость на другом уровне;
 - переход от стадии к стадии обычно происходит без резких скачков, поэтому необходимо своевременно отрабатывать корректировку товарной политики предприятия за счет маркетинговых мероприятий.

В процессе совершенствования товарной политики предприятий рационально создавать «товарные (ассортиментные) портфели» изделий с заранее запланированным сдвигом стадий их жизненных циклов. Это может обеспечить предприятию: сбалансированную производственно-сбытовую деятельность, повышение маневренного использования капитала при осуществлении инновационной деятельности, постоянное получение прибыли.

Однако концепция ЖЦТ, как любое направление научных исследований имеет свои практические преимущества и недостатки, отраженные в таблице 1.

Несмотря на сложности использования концепции ЖЦТ в практической деятельности, производственно-экономическим опытом доказано, что

жизненным циклом товара можно не только управлять, но и продлевать его.

Таблица 1.

Преимущества и недостатки научной концепции ЖЦТ.

Концепция ЖЦТ	
Преимущества	Недостатки
1. позволяет анализировать и интерпретировать динамику товара и рынка; 2. позволяет определять основные задачи маркетинга на каждом этапе цикла; 3. позволяет разрабатывать альтернативные маркетинговые стратегии; 4. позволяет оценить результативность выпуска товара в сравнении с ранее производимыми аналогами; 5. способствует развитию аналитической деятельности, необходимой для совершенствования планирования развития предприятия; 6. нацеливает на проведение систематической работы по планированию и разработке новой продукции и др.	1. затруднено обобщение результатов, поскольку история продаж и продолжительность каждого этапа ЖЦТ варьируются в широких пределах по разным товарам; 2. затруднено прогнозирование изменения товарной политики, поскольку: – жизнь товаров становится короче в условиях развития конкуренции и НТП; – новые аналоги требуют больших инвестиций; – вкусы и предпочтения потребителей меняются не предсказуемо; – сложно прогнозировать изменение внешних факторов (уровня инфляции, платежеспособности потребителей и т.д.); 3. осложнен анализ эффективности изменения маркетинговой стратегии и др.

В целях повышения эффективности производственно-коммерческой деятельности и устойчивости в конкурентной среде в настоящее время многие предприятия и фирмы стремятся достичь сбалансированного сочетания новых, развивающихся и зрелых товаров.

Библиографический список

1. Бараненко С.П., Шереметов В.В. Стратегическая устойчивость предприятия. М.: ЗАО «Центрполиграф», 2006.
2. Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Стратегическое управление. учебник. М.: Омега-Л, 2009.
3. Савельева Н.А. Управление конкурентоспособностью фирмы: Учебник. Ростов-на-Дону: Феникс, 2009.
4. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник. М.: Маркет ДС, 2008.

Контактная информация:

e-mail: s-shar@yandex.ru

**ЗАДАЧА ОПТИМАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ
МЕЛКОСЕРИЙНЫМ ПРОИЗВОДСТВОМ
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МОДЕЛИ КАЛЕНДАРНОГО
ПЛАНИРОВАНИЯ**

**THE PROBLEM OF OPTIMAL SCHEDULING
FOR ENTERPRISES WITH SHORT-RUN TYPE OF
PRODUCTION**

В.В. ШИЛОВ, аспирант
Кафедра «Экономика»
МАТИ

V.V. SHILOV, postgraduate student
«Economy» Department
MATI

Аннотация

В работе рассматривается задача календарного планирования в оптимальной постановке для предприятия с мелкосерийным типом производства. Особенности предлагаемой постановки задачи являются: 1) многокритериальность; 2) различные сроки изготовления продукта при равномерном типе движения его по стадиям; 3) учет условия на допустимый дефицит ресурсов. Приводятся соотношения модели и дается их экономическая интерпретация.

Abstract

The problem of optimal scheduling for enterprises with short-run type of production is considered. The features of the proposed problem definition are: 1) multi-criteria, and 2) different periods of manufacturing a product with a uniform type of motion it in stages, and 3) consideration of the conditions on the feasible resource scarcity. The model is presented and its economic interpretation is given.

Ключевые слова: календарное планирование, оптимизационные задачи, мелкосерийное производство, целочисленное программирование.

Keywords: scheduling, optimization problem, short-run production, integer programming.

Отличительной особенностью деятельности промышленных предприятий с серийным типом производства является изготовление ограниченной номенклатуры изделий партиями, *повторяющимися через определенные отрезки времени*. Главная задача календарного планирования и управления производством состоит в определении размера партии выпуска и периодичности запуска ее в обработку.

Управление деятельностью мелкосерийного предприятия предполагает решение следующих задач:

1. Обеспечение выполнения договоров с заказчиками.
2. Выпуск продукции в полном соответствии с требованиями по качеству, объему и срокам изготовления, установленными в договорах.
3. Оптимальное использование производственных мощностей предприятия.
4. Обеспечение минимальной длительности производственного цикла изделий.
5. Сокращение объемов незавершенного производства.
6. Минимизация простоев и обеспечение непрерывности производства.
7. Равномерная во времени и пространстве загрузка рабочих мест.
8. Повышение эффективности производства предприятия.

Содержательная постановка задачи управления рассматриваемым предприятием состоит в следующем. Имеется исходный пакет заказов на изделия различных категорий, зависящий главным образом от потребительского спроса и заключаемых контрактов. Рассматривается, таким образом, некоторое множество видов продукции: $M_i = [1, L]$. Изделия i -го вида ($i \in M_i$) могут находиться в различных стадиях изготовления θ_i , ($\theta_i \in M_{\theta_i}$) в том случае, если они принадлежат различным партиям (сериям) k ($k \in M_k$).

Каждый i -й вид продукта описывается следующими характеристиками:

1. Сроком ψ_i и числом стадий изготовления $\hat{\theta}_i: M_{\theta_i} = [1, \hat{\theta}_i]$, $1 \leq \theta \leq \hat{\theta}_i$.

При этом для простоты каждой стадии сопоставляется некий временной период t , где t – шаг моделирования, $t = [1, T]$. К примеру, можно положить, что 1 стадия продолжается одну неделю или месяц. Таким образом,

$$\psi_i = \sum_{\theta_i=1}^{\hat{\theta}_i} \theta_i \text{ – срок изготовления изделия.}$$

2. *Приоритетностью*. Множество продуктов M_i разделяется на приоритетное ($i \in M^P$) и неприоритетное ($i \in M^H$) с целью обязательного выполнения наиболее срочных заказов. То есть $M_i = M_i^P \cup M_i^H$, причем при грамотно организованном производстве M^H не должно быть велико.

3. *Наличием или отсутствием закрепления производства i -го продукта за конкретным работником/станком/рабочим местом.* Иными словами, необходимо учесть специализацию и разделение труда: $i \in M^\Phi$ при жестком, $i \in M^C$ – при свободном закреплении за производителем; $M_i = M_i^\Phi \cup M_i^C$.

4. *Датой окончания изготовления конкретного i -го продукта из конкретной k -й партии.* Этот показатель (τ_{ik}) формируется на основе имеющихся в наличии заказов.

5. *Нормами расхода ресурсов определенного j -го вида ($j \in M_j$) для конкретной стадии изготовления θ_i определенного товара.* Нормы эти задаются в соответствии с технологическими графиками производства i -го продукта: $a_{ij\theta_i}; M_j = [1, J]$.

6. *Величиной товарного выпуска изделия i -го вида по стадиям его готовности θ_i , характеризуемой переменной $c_{i\theta_i}$.*

7. *Стоимостными характеристиками (ценой, себестоимостью, прибыльностью) c_{if} , где f – индекс соответствующего экономического показателя ($f=1, \dots, F$).*

В модели имеются следующие показатели:

1) *Общий объем материальных ресурсов j -го вида в определенный период t : $A_j(t), j \in M_j, t \in M_t, M_t = [1, T]$.*

2) *Объем незавершенного производства $P(t)$ на следующий календарный период, $t \in M_t^1$, где $M_t^1 = \{t: T+1 \leq t \leq T + \max \hat{\theta}_i\}$.*

3) *Количество изделий i -го вида \hat{x}_i , сроки изготовления которых не могут быть перенесены, поскольку это изделия из приоритетного подмножества M^P . Таким образом, \hat{x}_i – это минимальный уровень удовлетворения потребностей в i -м продукте за период.*

4) *Количество изделий i -го вида $x_i(t)$, сроки изготовления которых могут быть перенесены (это изделия из неприоритетного подмножества M^H).*

5) *Величина допустимого дефицита j -го вида ресурсов $\hat{\beta}_j(t)$. Предполагается что дефицит ресурса в объеме $\hat{\beta}_j(t)$ допустим, поскольку может быть оперативно ликвидирован за счет имеющихся внешних источников (резервов).*

Вводятся следующие обозначения:

x_{ik} – количество изделий i -го вида, находящихся в k -й партии;

$$a_{\hat{\theta}_i}(t, \tau_{ik}) = \begin{cases} 1, & \text{при } \tau_{ik} - \hat{\theta}_i + 1 \leq t \leq \tau_{ik} \\ 0, & \text{при } t < \tau_{ik} - \hat{\theta}_i + 1; t > \tau_{ik}, \end{cases} \quad \text{– псевдобулевская функция,}$$

отражающая условия изготовления изделий на интервале времени «начало производства» ($\tau_{ik} - \hat{\theta}_i + 1$) – «конец производства» (τ_{ik});

$x_{ik}^{ПЗ}$ – предельный задел по производимому i -му продукту, находящемуся в k -ой партии и обусловленный дефицитом имеющихся ресурсов (предполагается известным, исходя из технологических нормативов производства);

$y_i(t)$ – фонд времени оборудования, используемого при производстве i -го продукта в период t .

С учётом сказанного задачу календарного планирования можно представить следующим образом:

$$\sum_{i, \theta_i, k} a_{ij\theta_i} x_{ik} a_{\hat{\theta}_i}(t, \tau_{ik}) \leq A_j(t), \quad i \in M_j, \quad t \in M_i \quad (1)$$

$$\sum_{i, \theta_i, k} c_{i\theta_i} x_{ik} a_{\theta_i}(t, \tau_{ik}) \geq P(t), \quad i \in M_j, \quad t \in M_i^1 \quad (2)$$

$$\sum_k x_{ik} = \hat{x}_i, \quad i \in M_i^H \quad (3)$$

$$\sum_k x_{ik} \geq a_i, \quad i \in M_i^H \quad (4)$$

$$\sum_k x_{ik} a_{\hat{\theta}_i}(t, \tau_{ik}) \geq y_i(t), \quad i \in M_i^\Phi, \quad t \in M_t \quad (5)$$

$$x_{ik} a_{\hat{\theta}_i}(t+1, \tau_{ik}) = x_{ik} a_{\hat{\theta}_i}(t, \tau_{ik}), \quad i \in M_i^\Phi, \quad t \in M_t \quad (6)$$

$$x_{ik} \geq 0, \quad x_{ik} - \text{целое}, \quad i \in M_i \quad (7)$$

$$\sum_{i, \theta_i, k} (x_{ik}^{ПЗ} - x_{ik}) a_{ij\theta_i} a_{\hat{\theta}_i}(t, \tau_{ik}) \leq -\hat{\beta}_j(t), \quad i \in M_i, \quad t \in M_t \quad (8)$$

$$\Phi_f = \sum_{i, k} c_{if} x_{ik} \quad (9)$$

$$\max d = \sum_f \lambda_f \Phi_f, \quad (10)$$

где: $\theta_i \in M_{\theta_i}$, $k \in M_k$, $j \in M_j$, $\tau_{ik} \leq \tau^*$ при $i \in M_j^H$, $1 \leq \tau_{ik} \leq T$, при $i \in M_i^H$; суммирование производится по всей области изменения соответствующих параметров.

Таким образом, модель (1)-(10) включает в себя:

1. ограничение сверху на ресурсы (1);
2. ограничение снизу на задел будущего периода (2);
3. условие обязательного выполнения заказов из приоритетного подмножества (3);
4. ограничение снизу на заказы из неприоритетного подмножества (4);
5. ограничение снизу на минимальную загруженность оборудования (5);

6. соотношение, характеризующее движение партии по стадиям изготовления продукта (6);

7. важное ограничение на положительность и целочисленность искомым переменных (7);

8. дополнительное ограничение, связанное с допустимым по модулю уровнем дефицитности по ресурсам, задаваемым некоторым параметром $\hat{\beta}_j(t)$ (8);

9. соотношение по расчету экономических показателей (9).

Целевая функция (10) представляет собой линейную свертку экономических показателей (п. 9 из списка характеристик) с некоторыми весами λ_f , положительными и в сумме равными единице.

В результате получена *параметрическая задача целочисленного программирования* с неизвестными величинами x_{ik} и параметрами (τ_{ik}) и $\hat{\beta}_j(t)$.

Особенности данной постановки задачи календарного планирования состоят в следующем:

- многокритериальность: целевая функция (10) представляет собой свертку критериев – показателей экономической эффективности производства. Таким образом, получаемое решение задачи является Парето-оптимальным;
- предпосылка о протяженности стадий изготовления продукта (длительность стадий изготовления продукта считается одинаковой, но различается по видам продукта);
- учет возможности возникновения дефицита ресурсов; данное условие делает постановку задачи более реалистичной (хотя и не является обязательным и может быть опущено).

Задачи календарного планирования по сути представляют собой задачи построения расписаний, которые являются оптимальными как для оборудования (в смысле его загрузки), так и для работников (в смысле использования ими фонда рабочего времени). Однако они относятся к числу *NP*-сложных задач, трудность решения которых нелинейно растет с ростом их размерности.

В связи с этим для решения этих задач широко применяются эвристические алгоритмы; широко используемыми методами являются сетевые графы работ с последующим применением метода PERT и построением диаграмм Ганта [1]. Они позволяют вычислить так называемый критический путь производства, а значит, во-первых, определить нужные временные рамки, а во-вторых, что даже важнее, изучить, какие этапы производства и какие виды продукции включать в приоритетное подмножество (сроки исполнения не могут быть уменьшены или перенесены), а какие – в неприоритетное (сроки могут варьироваться в некоторых фиксированных границах). Большинство этих методов имеют стандартные ППП [2].

Существует также *алгоритм Форда-Фалкерсона* как способ построения максимального потока в сети, определяемого пропускной способностью ее дуг от начальной до конечной вершины. Он применяется, например, при решении целого ряда задач, в том числе – транспортной задачи, в которой требуется перевезти из начальной вершины сети в конечную груз по дугам сети за минимальное время. При этом по каждой дуге нельзя перевозить груза больше фиксированного объема. Иными словами, это расширение и дальнейшая формализация метода PERT. Эффективен он и для применения к задачам календарного планирования [3, 4]. Кроме того, для решения этих задач может быть применен метод имитационного моделирования [5].

Библиографический список

1. Афанасьев М.Ю., Суворов Б.П. Исследование операций в экономике: модели, задачи, решения. М.: ИНФРА-М, 2003.
2. Левина Н.С., Хаджиева С.В., Цветкова А.Л. MS Excel и MS Project в решении экономических задач. М.: СОЛОН-Пресс, 2006.
3. Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь: Словарь современной экономической науки. Под ред. Г.Б. Клейнера. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Дело, 2003.
4. Егорова Н.Е. Применение имитационных методов в задачах календарного планирования / В сб.: Моделирование процессов оптимального управления в производственных объединениях. М.: ЦЭМИ АН СССР, 1985.

Контактная информация:

8 (985) 361-77-22

e-mail: rolexxazg@yahoo.com

**РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ
СОТРУДНИКОВ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА,
ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ПРИ ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ
ПРОВЕДЕНИЯ КРУПНОМАСШТАБНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ**

**TOURISM INDUSTRY EMPLOYEES COMPETENCES
ESTIMATION TECHNIQUE WORKING OUT USED AT
PROFESSIONAL TRAINING FOR LARGE-SCALE ACTIONS
CARRYING OUT**

Р.Б. ЯМАЕВ, аспирант

Кафедра «Менеджмент на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства»

Институт туризма и гостеприимства (РГУТ и С)

R.B. JAMAEV, postgraduate student

Management in tourism and a hotel economy department

Institute of tourism and hospitality (RGUT&S)

Аннотация

В статье представлены этапы разработки методики оценки компетенций сотрудников индустрии туризма, используемой при подготовке кадров для проведения крупномасштабных мероприятий.

Abstract

In the paper tourism industry employees estimation technique development used at a professional training for carrying out of large-scale actions are presented.

Ключевые слова: методика оценки, индустрия туризма, компетенции.

Keywords: estimation technique, tourism industry, competences.

В деятельности по подготовке кадров при проведении крупномасштабных мероприятий, большое значение должно уделяться вопросам методического обеспечения процессов оценки компетенций тех, кто прошел эту подготовку. В этой деятельности можно выделить следующие этапы: формулировка целей и выбор методов оценки компетенций, определение

ключевых компетенций и личностных характеристик сотрудников различных уровней и служб, выбор методов и средств оценки уровня владения персоналом данными компетенциями и наличия личностных характеристик, проведение оценки владения персоналом данными компетенциями и наличия личностных характеристик, определение «разрывов» во владении отдельными сотрудниками этими компетенциями и наличия личностных характеристик, принятие решений для устранения этих «разрывов». Рассмотрим данные этапы более подробно.

Формулировка целей и выбор методов оценки компетенций. Цели оценки компетенций слушателей, прошедших подготовку по специализированным программам состоит в том, чтобы оценить соответствие выпускника этих курсов требованиям отрасли, конкретных предприятий, с учетом их специфики, а также специфики конкретного крупномасштабного мероприятия. Методы оценки компетенций достаточно широко известны. Важно правильно выбрать те из них, которые наиболее точно соответствуют специфике мероприятия и тому виду деятельности, которыми будут заниматься выпускники специализированных программ.

Определение ключевых компетенций и личностных характеристик слушателей для работы на различных предприятиях и в службах. Для начала определимся, какие ключевые, профессиональные компетенции вообще нужны сотруднику индустрии сервиса и туризма. Обычно к их ключевым компетенциям относятся навыки и умения в области: коммуникаций, обслуживания, управления собой, управления ресурсами, в том числе персоналом, информацией, управления качеством, проектами и т.п.

Выбор методов и средств оценки уровня владения слушателями данными компетенциями и наличия личностных характеристик. Следует определить, каким образом слушатель может продемонстрировать то, что владеет этими компетенциями (какое доказательство потребуется для демонстрации владения этими элементами компетенции) и как можно этот уровень измерить. Именно работа по определению требований к компетенциям, является важнейшим этапом работы. Т.е. должна быть построена идеальная модель сотрудника, содержащая четкие критерии оценки (шкалу оценки) по каждой компетенции или даже элементу компетенции.

Проведение оценки владения слушателями данными компетенциями и наличия личностных характеристик. Определение «разрывов» во владении отдельными слушателями этими компетенциями и личностными характеристиками. Результатом работы по оценке соответствия выпускника программы подготовки данной идеальной модели является получение конкретных оценок, в соответствии с выбранной гостиницей шкалой, например, – «полностью соответствует» (это может быть 9-10 баллов из 10 возможных), «частично соответствует» (6-8 баллов), «не соответствует» (менее 6 баллов). В случае получения оценок «частично соответствует», определяются слабые места («разрывы») в компетенциях

конкретного сотрудника, их величина, следствием чего является принятие решения о дальнейшем обучении.

Принятие решений для устранения этих «разрывов». Если данный «разрыв» поддается устранению за счет повторного краткосрочного обучения или других форм обучения, а слушатель действительно потенциально ценен, то принимается решение об его дополнительном обучении. В противном случае принимается решение по поиску другого специалиста, обладающего данными компетенциями на уровне, необходимом для данной работы.

Библиографический список

1. Евсеев В.О. Деловые игры по формированию экономических компетенций. М.: ИНФРА-М, 2011.

Контактная информация:

yamaev_r@mail.ru, +7(910)400-99-88

ПРОЦЕССЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СРЕДЫ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ВОСПРИИМЧИВОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ

ORGANIZATIONAL ENVIRONMENT FORMATION PROCESSES FOR INDUSTRIAL SYSTEMS INNOVATION SUSCEPTIBILITY INCREASING

Д.А. БЕЗУКЛАДОВ, аспирант
Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»
Рязанский государственный радиотехнический университет

D.A. BEZUKLADOV, postgraduate student
Economy, Management and the Industrial Engineering Department
Ryazan state radio-engineering university

Аннотация

В статье определяется необходимость повышения инновационной восприимчивости производственных систем для успешного инновационного развития. Определены понятия инновационной восприимчивости и организационной среды. Определена роль организационной среды в повышении инновационной восприимчивости производственных систем.

Abstract

The paper defines the necessity of the innovation susceptibility increasing of industrial systems for successful innovation development. Concepts of an innovative susceptibility and the organizational environment are defined. The role of the organizational environment in increasing of the innovation susceptibility of industrial systems is defined.

Ключевые слова: инновация, производственная система, инновационная восприимчивость, организационная среда, потенциал, адаптация, инновационное развитие.

Keywords: innovation, industrial system, innovation susceptibility, organizational environment, potential, adaptation, innovation development.

В настоящее время становится очевидным тот факт, что обязательным условием экономического роста и процветания является переход эко-

номики в инновационную фазу развития. В истории развития инновационного и рационализаторского движения Россия всегда выступала как лидер в генерации новых идей, однако никогда не могла достичь уровня стран-лидеров в реализации этих идей на практике по причине отсутствия отлаженного механизма внедрения этих идей в производство и их коммерциализации. До настоящего времени Российская инновационная система по-прежнему сильнее мотивировалась предложением, чем спросом. Государство формирует рынок инноваций, но бизнес не спешит их внедрять, спрос на инновации, их реальное внедрение на действующих производствах, продолжает сокращаться. Если в конце 2009 г. этот показатель составлял 9,2%, то в 2010 г. он составил 9,1%. Для сравнения: в Греции этот показатель составляет порядка 23%, а в Португалии 39%. Предприятия малого бизнеса тоже слегка подрастеряли интерес к инновациям – доля малых предприятий, их внедряющих, составила 3,7%, что ниже на 0,2% показателей конца 2009 года, в ведущих западных странах показатель колеблется на уровне 5%. При этом количество новых проектов, представленных инноваторами за последнее полугодие 2010 г., увеличилось в среднем на 32%, что выше показателя 2009 г. на 15% [3].

Возможно, низкие темпы роста инновационной активности объясняются не столько отсутствием инноваций как таковых, а отсутствием инновационной восприимчивости со стороны промышленных систем. Инновационная восприимчивость характеризуется жизненным циклом инновации: оценка инноваций – инициация – осуществление – рутинизация [1].

Восприимчивость организации и общества к новизне, инновационным трендам во многом зависит от подвижности самой системы (производственной, общественной и т.д.), а также от инновационного климата, в наибольшей степени благоприятствующего инициативному поиску нетрадиционных, новаторских решений, самостоятельной постановке персоналом широкого круга организационных, производственных задач и выбору средств и путей их реализации. Внутренняя атмосфера на предприятии (отношения между людьми, культура производства, традиции) значительно влияет на реализацию инновационных проектов и их результат. Это влияние, прежде всего, отображается на реакции руководителей на новые идеи, т. е. на чувствительности организации к нововведениям. Ведь инновационная восприимчивость в значительной мере зависит от того, как относится к нововведениям высшее руководство.

Для повышения эффективности инновационной деятельности в рамках производственной системы, степени адаптации инновации в условиях конкретного производства необходимо создать на предприятии активную организационную среду.

Любая система находится и функционирует в среде. В менеджменте под средой организации понимается наличие условий и факторов, которые воздействуют на функционирование фирмы и требуют принятия управлен-

ческих решений, направленных на их управление либо на приспособление к ним. Каждое действие всех без исключения элементов системы возможно только в том случае, если среда допускает его существование.

Внутренняя организационная среда является источником жизнестойкости системы, системообразующим элементом. Она заключает в себе тот потенциал, который даёт возможность системе функционировать и развиваться, а, следовательно, существовать и выживать в определённом промежутке времени. Но внутренняя среда может также быть и источником проблем и даже гибели системы в том случае, если она не обеспечивает необходимого функционирования организации. Среда каждой системы складывается из множества элементов, каждый из которых несет в себе определенный потенциал, который может быть как положительным, так и отрицательным. При этом одни элементы могут быть частично или полностью безразличны системе, другие необходимы, а третьи оказывать отрицательное воздействие.

Необходимо отметить, что в настоящий момент российские предприятия обладают различными возможностями для дальнейшего развития. Технологический уровень, организационная структура, квалификация и компетентность персонала, уровень развития НИОКР, уровень сотрудничества с научными и исследовательскими учреждениями влияет на способность системы к внедрению и дальнейшему использованию инноваций в производстве конкурентоспособной продукции. В пределах производственной системы каждая подсистема (дивизион, цех, участок и т.д.) обладает своей уникальностью, что может вызвать диспропорцию инновационного развития. Для компенсации уровня восприимчивости, разницы потенциалов подсистем и необходима некая активная среда, способная перераспределить свободный потенциал с целью достижения общей готовности системы к изменениям и достижения общего синергетического состояния.

Результатом формирования организационной среды является усиление восприимчивости к инновациям, ведущее к росту инновационной активности предприятий. Данный фундамент должен послужить своеобразной «питательной средой», позволяющей добиться максимальной эффективности инноваций, как в краткосрочном периоде, так и в долгосрочной перспективе. В настоящий момент еще недостаточно проработан механизм получения долгосрочных результатов инновационного развития. Инновационные импульсы носят кратковременный характер и со временем угасают, а система возвращается к исходному положению с минимальным результатом. Не происходит приращения потенциала, а иногда мы можем наблюдать его утрату. Следует учитывать, что организационная среда может либо способствовать инновационным переменам, либо подавлять их.

Таким образом, помимо внешнего импульса инновационного развития в каждой отдельно взятой производственной системе необходимо создание такой внутренней среды, такого внутреннего инновационного кли-

мата, который сможет обеспечить максимальную гибкость, адаптивность и восприимчивость системы к инновациям. Формирование активной организационной среды позволит добиться синергетического эффекта при инновационном развитии, что в состоянии обеспечить ускоренный и долгосрочный прирост внутреннего потенциала организации, основанный на более полном и качественном использовании ее элементов и ресурсов.

Библиографический список

Баранчев В.П., Масленникова Н.П., Мишин В.М. Управление инновациями: учеб. для вузов. М.: Юрайт, 2011. 711 с.

Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: пер. с англ. М.: Вильямс, 2007. 288 с.

Инновации в цифрах / Н.А. Кузьмина [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gosbook.ru/node/6852>

Барышева А.В. и др. Инновации: уч. пос. М.: Дашков и Ко, 2007. 382 с.

Казакова Н.В., Краюхин Г.А., Солдак Ю.М. Эффективное управление организационными изменениями на промышленных предприятиях: учебное пособие. Рязань: Полиграф, 2008. 262 с.

Мыльник В.В., Черкасов М.Н. Формирование инновационных организаций и оценка их эффективности. М.: МАТИ, 2010. 155 с.

Солдак Ю.М. Производственные системы: организация и перспективы развития. М.: Машиностроение, 1993. 128 с.

Контактная информация:

(4912) 46-03-03

e-mail: rgrtu@rsreu.ru

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОМЫШЛЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

MARKETING POTENTIAL OF INDUSTRIAL ORGANIZATIONS AS THE INNOVATION AND INVESTMENT PROCESSES DEVELOPMENT FACTOR

Е.В. БУДУМЯН, студент
Кафедра «Маркетинг»
МАТИ

E.V. BUDUMIAN, student
«Marketing» Department
MATI

Аннотация

В статье раскрываются основополагающие факторы формирования маркетингового потенциала современных организаций и значение маркетингового потенциала для развития инновационно-инвестиционных процессов.

Abstract

The paper describes the fundamental factors shaping the marketing potential of modern organizations and the importance of the marketing potential for the development of innovation and investment processes.

Ключевые слова: маркетинговый потенциал, инновация, инновационно-инвестиционный процесс, современный рынок, социально-экономическое развитие.

Keywords: market potential, innovation, innovation and investment process, the modern market, socio-economic development.

Создание инноваций – первоочередная задача современных промышленных предприятий, функционирующих в условиях жёсткой конкуренции. Инновация – это, прежде всего, интеллектуальный продукт, идея, которая призвана удовлетворить новую потребность или обнаружить скрытую. Современный рыночный механизм предполагает не только тех-

нико-экономическое обоснование создания инноваций, но и подведение ряда маркетинговых решений, которые в основном составляют главный критерий, по которому можно оценить инновацию, – её конкурентоспособность.

Инновационная деятельность требует больших капитальных и материальных вложений. В связи с этим перед любым инвестором стоит вопрос: стоит ли вкладывать инвестиции в те или иные разработки? На современном этапе развития экономики, рынка и промышленности на первый план выходит такая проблема, как оценка маркетингового потенциала, то есть оценка совокупной способности товара (услуги, разработки или идеи) удовлетворять насущную потребность потребителя или развивать эту потребность до более высокой степени её проявления.

Маркетинговый потенциал можно разделить на три составляющие:

- потенциал отрасли;
- потенциал конкретного предприятия;
- потенциал инновации.

Эти три уровня взаимосвязаны, но могут существовать и вне зависимости друг от друга. Для эффективного внедрения инновационно-инвестиционных процессов важно совокупное значение всех трёх видов маркетингового потенциала. Потенциал отрасли определяет стадию жизненного цикла той бизнес-области, в которой функционирует предприятие. Например, если отрасль поглощает небольшое количество финансовых ресурсов, но при этом в ней активно ведутся производственные процессы, то эта отрасль, согласно матрице Бостон Консалтинг Групп, представляет собой так называемую «дойную корову», и потенциал её развития невелик. Напротив, молодые отрасли, требующие на сегодняшний день больших финансовых вложений, окупают себя в будущем, и потенциал их развития велик.

О маркетинговом потенциале той или иной инновации можно судить исходя из нескольких критериев. Первый из них – это степень социально-экономического развития общества, для которого эта инновация готовится. Социально-экономическое развитие общества определяется уровнем жизни, степенью восприимчивости к новшествам технологического и управленческого характера. Если общество недостаточно развито в этом отношении, его необходимо стимулировать и выявлять наружу скрытые потребности. Вторым критерием – это степень насыщенности рынка. Если рынок насыщен товарами аналогичного характера, маркетинговый потенциал инновации, скорее всего, невелик, если только эта инновация не обладает значительными технологическими преимуществами или не отвечает качественно новым потребностям социума, например, касающихся вопросов биоэтики или развития нанотехнологий. Третий критерий – это развитие сферы услуг. Инновации необходимо обслуживать. Потребителя нужно обучать использовать ту или иную инновационную разработку. Без нали-

чия компетентных специалистов нельзя говорить о том, что инновация готова. Четвёртый критерий – это бренд-менеджмент. Создание бренда, его вывод на рынок сегодня становятся первоочередной задачей для предприятий, стремящихся выходить на международные рынки. Брендинг стоит в центре системы менеджмента, поскольку именно устойчивый бренд есть толчок для продления тех стадий жизненного цикла инновации, которые следуют за выводом на рынок.

Каждому из перечисленных критериев целесообразно присвоить значение от 0 до 1. Значение это характеризует удельный вес каждого отдельного фактора, формирующего маркетинговый потенциал, как аспект развития инновационно-инвестиционных проектов. Доли каждого критерия можно определить экспертным (эмпирическим) путём или просчитать, исходя из ретроспективных статистических данных. Причём для разных групп инноваций весовые значения критериев различны. Отообразим их в таблице.

Таблица 1.

Удельный вес отдельных критериев в формировании маркетингового потенциала различных групп инноваций

Критерий	Инновации народного потребления	Инновации промышленного назначения	Инновации в сфере услуг
1. Социально-экономическое развитие общества	0,2	0,4	0,5
2. Степень насыщенности рынка	0,6	0,2	0,3
3. Обслуживание инновации	0,1	0,5	0,1
4. Качество бренд-менеджмента	0,1	0,1	0,1

Данная таблица отражает всего лишь приблизительное соотношение критериев в формировании маркетингового потенциала.

Нужно учитывать немаловажный факт влияния общего экономического состояния на развитие инновационно-инвестиционных проектов. В зависимости от стадии экономического цикла, общеполитической ситуации и характера экономической политики государства в области регулирования цен, антимонопольного законодательства и многих других факторов, инвестиции в инновации могут быть различными, развитие этого сектора экономической жизни может происходить скачкообразно. Тем не менее, цивилизованный мир предъявляет рынку всё более высокие требования, поэтому в центре системы реализации инноваций стоит потребитель. Немаловажно и то, что в некоторых странах специфика менталитета требу-

ет развития инновационного мышления у самого её населения. Важно, чтобы выявленная потребность, превращённая в инновацию, в силу каких-то культурных и исторических предпосылок, не была отторгнута восприятием широких общественных масс.

Обозначенные нюансы играют роль в развитии инновационно-инвестиционных процессов: нередко они являются катализаторами интересных и перспективных проектов, в других случаях, напротив, тормозят процессы модернизации и совершенствования как инноваций, так и прогресса в целом.

Подводя итог, хотелось бы отметить, что маркетинговый потенциал, – это характеристика не только инноваций, предприятия, отрасли, но и характеристика общества в целом. Прежде всего, общественное сознание, позиционирование и самосознание каждого конкретного индивида – это многоплановые явления, продуктом которых должны становиться идеи улучшения качества жизни, а, соответственно, и идеи совершенствования производственных и управленческих процессов.

Библиографический список

Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент. СПб.: Питер, 2003.

Мыльник В.В., Черкасов М.Н. Формирование инновационных организаций и оценка их эффективности: уч. пос. М.: МАТИ, 2010.

Панкрухин А.П. Маркетинг: Учебник. 5-е изд. М.: ИКФ Омега-Л, 2007.

Контактная информация:

8 (499) 141-94-99

e-mail: finmen@inbox.ru

РОЛЬ ИНТЕГРИРОВАННЫХ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СТРУКТУР В ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ РОССИИ

INTEGRATED ORGANIZATION-MANUFACTURING STRUCTURES VALUE IN RUSSIA INNOVATION PROCESS- ES

Р.Е. ЗОЛОТОРЕВ, аспирант

Кафедра «Экономики и управления на предприятии
машиностроения»

Воронежский государственный технический университет

R.E. ZOLOTOREV, postgraduate student

EIMM Department

VORSTU

Аннотация

В статье рассматриваются концепция формирования и вопросы эффективности функционирования интегрированных организационно-производственных структур на базе крупных производственных предприятий и технопарков.

Abstract

This paper is devoted to the creating concept and the functioning efficiency of integrated organization-manufacturing structures established on the base of large manufacturing enterprises and technoparks.

Ключевые слова: интегрированные организационно-производственные структуры, технопарк, модернизация производства, эффективность деятельности.

Keywords: integrated organization-manufacturing structures, technopark, modernization of production, activity efficiency.

В современных условиях важным направлением развития экономики является интеграция производственных, научных, сбытовых и других организаций. Решение задачи ускоренной модернизации машиностроения невозможно без использования механизмов производственной интеграции

– объединению усилий хозяйствующих субъектов для осуществления целей и задач своей деятельности, благодаря чему одновременно обеспечивается повышение общей эффективности производства [1].

В этих условиях под интегрированной организационно-производственной структурой будем понимать «совокупность интегрированных в сложную производственную систему самостоятельных предприятий и (или) производственных подразделений предприятия, реализующих единый производственный процесс изготовления конкретных видов продукции, включая в себя также систему управления интегрированной производственной структурой» [2].

Эксперты отмечают, что существенной деталью современного этапа интеграционных процессов в экономике России является то обстоятельство, что инициатором роста становятся государственные компании, в число которых, в частности, входят ОАО «Концерн “Созвездие”» и ОАО «ВАСО».

Целью деятельности ОАО «Концерн «Созвездие» является сохранение и развитие научно-производственного потенциала предприятий радиоэлектронной промышленности России, в число основных направлений деятельности компании входит производство оборудования для лазерных, оптических цифровых сетей связи, сетей связи для транспорта, многофункциональные инфокоммуникационных систем и комплексов.

Анализ производственной базы Концерна показывает, что станочный парк на 90-95 % имеет срок эксплуатации более 20 лет, т.е. оборудование не только морально устарело, но и физически износилось. Так, на 01.01.2010 г. фактический износ станков токарной группы составляет 89,9%, фрезерной – 65,5%, шлифовальной – 87,7%, износ сборочно-монтажного оборудования и оборудования для изготовления печатных плат – более 80%. В связи с этим, необходимо обновить и модернизировать станочный парк, выполнить техническое перевооружение производства.

ОАО «ВАСО» является крупнейшим промышленным центром Воронежской области и отрасли, ядром концентрации высоких технологий в стране. На данном предприятии трудоустроено 11-13 тысяч человек, производственная структура ВАСО включает в себя 42 цеха. Однако в среднем по предприятию доля морально и физически устаревшего оборудования, введенного в эксплуатацию свыше 20 лет назад, составляет 58,4%, так же наблюдается дисбаланс производственных мощностей по группам оборудования, отсутствие условий для оптимального функционирования нового оборудования, что приводит к технической и кадровой деградации компании. Так как ближайшими целями ВАСО являются рост объемов производства, повышение рентабельности и качества выпускаемой продукции на базе применения современного оборудования и прогрессивных технологий, то становятся необходимыми финансовые вложения в разви-

тие производства. Освоение наиболее перспективных с точки зрения рыночной потребности видов продукции должно сопровождаться ускоренной модернизацией с привлечением инновационно ориентированных научно-производственных структур.

В инновационной среде технопарки стали почти единственным реально функционирующим источником развития деятельности по модернизации производства и внедрению новых технологий.

На территории Воронежа одним из крупных технопарков является «Калининский» технопарк, который обладает опытом функционирования в инновационной среде и реализованными проектами. Технопарк «Авиационный» на настоящий момент проходит этап становления, что выражается в реальном функционировании бизнес-инкубатора «Авиационный». Технопарк «Митем» создан относительно недавно, но имеет большие перспективы для развития. Вышеуказанные технопарки были проанализированы нами с позиции структуры управления, видов деятельности, наличия финансовых, трудовых, территориальных, производственных ресурсов.

Для комплексной оценки потенциала технопарка был использован метод, аналогичный методу «многомерной средней» с той разницей, что отношение показателя рассчитывалось не к средней величине, а к разнице (интервалу) между максимальным и минимальным значением ряда [3]. При суммировании технопарк с минимальным потенциалом имеет рейтинг, равный нулю, а технопарк с максимальным – равный единице.

Избранный метод и имеющийся набор статистических данных обусловили выбор следующей системы показателей для оценки потенциала технопарка по ресурсным и финансовым факторам [4].

Частные индексы (L_k) по каждому конкретному показателю k ($k=1, 2, \dots, m$) рассчитывались по формуле (1):

$$L_k = \frac{A_i - A_{min}}{A_{max} - A_{min}}, \quad (1)$$

где A_i – значение показателя у i -го технопарка ($i=1, 2, \dots, n$), A_{max} – максимальное значение показателя, A_{min} – минимальное значение показателя.

В обоих случаях значение индекса находится в диапазоне от 0 до 1 и чем больше значение индекса, тем величина показателя ближе к лучшему. Компонентный индекс L_j по каждому конкретному технопарку рассчитывается по формуле (2):

$$L_j = \frac{\sum L_k}{N}, \quad (2)$$

где N – количество показателей, входящих в данный индекс.

Интегральный рейтинг уровня потенциала технопарка (Y_i) получается в результате простого сложения компонентных индексов. Чем он больше, тем больше потенциал технопарка (3):

$$Y_i = \sum_j L_j \cdot \quad (3)$$

В результате расчетов по приведенной выше методике удалось произвести ранжирование технопарков по величине потенциала в таблице 1.

Таблица 1.

Ранжирование технопарков по величине потенциала.

		Технопарк «Калининский»	Технопарк «Митем»	Технопарк «Авиационный»	
		1	2	3	4
Частные индексы	Общая площадь	0,44	1	0	
	Кол-во оборудования	1	0,88	0	
	Номенклатура оборудования	0,83	0	1	
Компонентный индекс ресурсного потенциала		0,76	0,63	0,33	
Частные индексы	Общее кол-во ден. средств	0,18	1	0	
	Процент собственных средств	1	0	0,91	
Компонентный индекс финансового потенциала		0,59	0,5	0,49	
Интегральный рейтинг уровня потенциал технопарка		1,35	1,13	0,79	

По результатам анализа можно сделать вывод, что наибольшим потенциалом обладает технопарк «Калининский», незначительно отстает технопарк «Митем». Несмотря на то, что технопарк «Авиационный» занял третье место, частный показатель по номенклатуре оборудования равен 1, а частный показатель характеризующий процент собственных средств составил 0,91. Это свидетельствует о том, что процесс организации производства новой продукции может быть реализован с большой долей вероятности.

Особенности рассмотренных в ходе анализа технопарков позволяют сделать вывод, что проведение модернизации ОАО «Концерн «Созвездие»» и ОАО «ВАСО» при условии формирования интегрированных организационно-производственных структур, включающих в себя производственное предприятие и технопарк, позволит минимизировать затраты на модернизацию станочного парка, выполнить техническое перевооружение производства, апробировать новые формы организации производства и освоить выпуск видов продукции, востребованных рынком.

Библиографический список

1. Мильнер Б. З. Теория организации. М.: ИНФРА-М, 2003. 558 с.
2. Туровец О.Г. Актуализация исследований в области создания и развития организационно-производственных структур / О.Г. Туровец // Проблемы формирования и развития интегрированных организационно-производственных структур. Воронеж: ГОУВПО «Воронежский государственный технический университет», 2009.
3. Зандер Е.В. Интегральная оценка детерминант конкурентоспособности регионов // Эко. 2007. № 11.
4. Организация производства и управление предприятием: Учебник / Туровец О.Г., Бухалков М.И., Родинов В.Б. и др. Под ред. О.Г. Туровца. 2-е изд. М.: ИНФРА-М, 2005. 544 с.

Контактная информация:

+7 (473) 243-76-67

e-mail: turovets@epm.vorstu.ru

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТЬЮ

THE ECONOMIC MODEL OF BUSINESS ACTIVITY MANAGEMENT

А.М. КРЕМЕРОВ, аспирант

Национальный исследовательский университет «МИЭТ»

A.M. KREMEROV, postgraduate student

National Research University of Electronic Technology

Аннотация

Разработана экономическая модель управления деловой активностью компании, базирующаяся на направленности активности в ресурсном поле.

Abstract

We have developed the economic model of business activity management based on direction of activity in resource field.

Ключевые слова: деловая активность, информационная активность, время, вектор, группа комплементарности, орбита, ресурсный центр.

Keywords: business activity, informational activity, time, vector, complementarity group, orbit, resource center.

Основной проблемой, с которой сталкивается фирма, является сложность моделирования внешней и, соответственно, внутренней среды [2]. Это влечет за собой сложность прогностических средств и механизмов адаптации, а значит, потерю времени при принятии управленческих решений, снижение их эффективности, и, как следствие, снижение эффективности использования имеющихся ресурсов. Для устранения данной проблемы нами предложена модель управления деловой активностью, во многом являющаяся продолжением идеи сбалансированного управления деятельностью фирмы [1], и основанная на следующих принципах:

- первичным внутренним ресурсом компании, является время [3];
- активностью является степень воздействия на внешнюю среду (темп освоения ресурсов относительно уже наличных внутренних ресурсов);

– абсолютной величиной компании назовем количество ресурсов, необходимое для адекватного функционирования всех систем компании: производства, управления, развития;

– общество обозначим как ресурсный центр. Компании, как общественные микрообразования, являются микроресурсными центрами, для своего функционирования вовлекающими во внутреннюю среду часть общественных ресурсов. Таким образом, между компанией и обществом устанавливается ресурсная связь, в которой компания играет роль зависимого субъекта;

– степень влияния на компанию со стороны государства и общества в целом прямо пропорциональна объему ресурсов, необходимых для поддержания стабильной внутренней среды.

Обозначим абсолютную величину компании как m (*magnitude*), а деловую активность как a (*activity*). Рассмотрим компании x , y , z , такие что $m_x > m_y > m_z$.

В соответствии с принципами, изложенными выше, имеем $a_x < a_y < a_z$ и

$$\begin{cases} a_x \geq a_{x_{\text{крит.}}} \\ a_y \geq a_{y_{\text{крит.}}} \\ a_z \geq a_{z_{\text{крит.}}} \end{cases},$$

где $a_{\text{крит.}}$ является граничным значением деловой активности, при котором компания не испытывает на себе негативное воздействие ресурсного центра. Необходимо указать, каким образом осуществляется взаимодействие между обществом и фирмой. Компания является активным участником данного отношения, следовательно, обозначим идеальный вариант взаимодействия в качестве некой устойчивой системы. В этом случае система можно описать выражением следующего вида:

$$\begin{cases} M \gg m \\ A \ll a \end{cases}.$$

Принимая нормальное значение активности за a , на основании данной системы делаем вывод, что A ничтожно мало относительно нормального значения, а значит, им можно пренебречь. Поскольку нами принято, что $A \sim 0$, общественный центр стационарен. Динамическим центром является компания, совершающая оборот ресурсов путем извлечения их из внешней среды, последующего овнутренения и вывода, сопровождающегося экономическим эффектом. Несмотря на то, что m много меньше M , в динамической модели, в соответствии с приведенными выше принципами, недостаточная для нормального функционирования абсолютная величина компенсируется проявлением деловой активности. Компания 1 с меньшей абсолютной величиной может выполнять функционал компании 2 с большей абсолютной величиной при условии, что:

$$\begin{cases} m_2 a_2 = m_1 a_1 \\ a > 0 \end{cases}.$$

Поскольку общество является стационарным центром, будем считать, что $M = \text{const}$. В этом случае систему можно описать как движение динамического ресурсного центра в ресурсном поле общества. При этом движение имеет категориальное значение и подразумевает изменение положения в некотором ресурсном пространстве (поле). Предположим, что компания находится в равновесии с общественным ресурсным центром. Отсюда можно сделать вывод, что компания движется в ресурсном поле общества по замкнутой траектории постоянного радиуса, которую мы назовем орбитой. Понятием активного воздействия назовем такую $\vec{f}(m, \vec{a})$, которая описывает оборот ресурсов компании при данном состоянии деловой активности. Запись в векторном виде позволяет исследовать не только величину воздействия по модулю, но и направление воздействия. Для выявления степени риска распада, возникающего при приближении к общественному ресурсному центру, используем одну из характеристик орбиты, а именно ее радиус. Предположим, что

$$r = \left(\mu \frac{mM}{F} \right)^n,$$

где r – величина радиуса; m, M – абсолютные величины; F – воздействие ресурсного центра (степень приближения компании к распаду); μ, n – коэффициенты

Развивая идею классификации деловой активности [1], разобьем деловую активность на пары комплементарности $(\overline{a_f}, \overline{a_{1nv}})$, $(\overline{a_p}, \overline{a_{1mm}})$ и $(\overline{a_1}, \overline{a_0})$.

Комплементарностью обозначим дополнение стандартных функций нестандартными. Логично предположить, что деятельность компании направлена на уменьшение отклонения нестандартных функций от вектора направленности стандартных условий \vec{n} . В этом случае может быть получен больший по модулю вектор \vec{a} , кроме того направленный в сторону ускорения обменных процессов между фирмой и экономической средой.

В условиях неопределенности тем фактором, который влияет на согласованность комплементарных пар, является информационная активность \vec{a}_n . Компания, осуществляющая стандартные функции, получает основной объем информации о внутренней и внешней среде, по каналам, связанным со стандартными функциями.

В случае, когда активность направлена на изменение внешней среды, информационная активность будет направлена в сторону ресурсного центра. Обратное, если компания использует информацию для преобразования

внутренней среды, активность будет направлена от ресурсного центра. Формулы расчета комплементарных групп приведены в табл. 1.

Таблица 1.

Расчет видов активности.

Вид активности	На основании временных затрат	На основании вневременных затрат
Финансовая, (\bar{a}_f)	$ \bar{a}_f = (1 - k) \frac{Ar + Ap}{CF}$	$ \bar{a}_f = \frac{Ar_f + Ap_f}{CF_f}$
Инвестиционная, (\bar{a}_{inv})	$ \bar{a}_{inv} = k \frac{Ar + Ap}{CF}$	$ \bar{a}_{inv} = \frac{Ar_{inv} + Ap_{inv}}{CF_{inv}}$
Производственная, (\bar{a}_p)	$ \bar{a}_p = (1 - k) \frac{Tr_m + Tr_{fix} + Tr_{nm}}{3}$	$ \bar{a}_p = \frac{Tr_{ms} + Tr_{fixs} + Tr_{nms}}{3}$
Инновационная, (\bar{a}_{inn})	$ \bar{a}_{inn} = k \frac{Tr_m + Tr_{fix} + Tr_{nm}}{3}$	$ \bar{a}_{inn} = \frac{Tr_{mi} + Tr_{fixi} + Tr_{nmi}}{3}$
Трудовая, (\bar{a}_l)	$ \bar{a}_l = (1 - k)we$	$ \bar{a}_l = \frac{we_l}{we}$
Организационная, (\bar{a}_o)	$ \bar{a}_o = k \cdot we$	$ \bar{a}_o = \frac{we_o}{we}$

В таблице 1 введены следующие обозначения: Ar и Ap – дебиторская и кредиторская задолженность, CF – денежный поток. Tr_m , Tr_{fix} , Tr_{nm} – оборачиваемость материалов и сырья, основных средств и нематериальных активов, we – производительность труда; $k = \frac{t_{ns}}{t_s}$, где k – коэффициент распределения, t_s и t_{ns} – временной фонд, затрачиваемый на выполнение стандартных и нестандартных функций. При этом временной фонд представляет собой время, необходимое на выполнение всех операций одного цикла (стандартного или нестандартного).

$$\begin{cases} \bar{a}_1 = (|\bar{a}_1|; 0) \\ \bar{a}_2 = (0; -|\bar{a}_2|), \\ \bar{a}_n = (0; i) \end{cases}$$

где i – отношение исходящего информационного потока ко входящему, \bar{a}_1 и \bar{a}_2 – пара комплементарности. Данная величина является коэффициентом и будет использоваться при вычислении результирующего вектора оставшихся двух пар комплементарности. Поскольку мы нашли \bar{f} (пример для $\bar{f} = m\bar{a}$) и считаем систему устойчивой, используя принцип, уравнивающий действие с противодействием, делаем вывод, что система будет находиться в равновесии в случае, если $\bar{f} = \frac{\bar{a}\bar{F}r^n}{\mu M}$.

Чтобы рассчитать коэффициенты μ и n , необходимо использовать статистические методы. Расчет данных параметров позволит компании определять устойчивость при данном объеме ресурсов и данном уровне активности. Кроме того, станет возможным определение последствий повышения той или иной компоненты активности, а также аспектов взаимодействия двух фирм с разным значением и направленностью векторов активности.

Библиографический список

1. Анискин Ю.П., Сергеев А.Ф., Ревякина М.А. Финансовая активность и стоимость компании: аспекты планирования / под ред. Ю.П. Анискина // МИЭТ (ТУ). Междунар. акад. менеджмента. Институт экономики, управления и права. М.: Омега-Л, 2005. 240 с.
2. Кремеров А.М. // Организатор производства. 2009. № 1. С. 76-77.
3. Klein, Christopher C. The Economics of Time as a Resource // Department of economics and finance working papers. 2007.

Контактная информация:

8 (910) 481-71-56

e-mail: alexey.kremerov@gmail.com

**АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ
НА ОСНОВЕ РЕАЛИЗАЦИИ
ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**ANTI-RECESSIONARY BUSINESS OPERATION
ON THE BASIS OF INNOVATIVE-INVESTMENT ACTIVITY
REALIZATION**

С.А. ОРЕШКИНА, аспирант

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»
Рязанский государственный радиотехнический университет

S.A. ORESHKINA, postgraduate student

«Economics, Management and Organization of Production» Department
Ryazan state radio-engineering university

Аннотация

Статья посвящена анализу перспектив формирования системы антикризисного управления в условиях реализации инновационно-инвестиционной деятельности промышленного предприятия. Эффективная архитектура инновационных и инвестиционных процессов рассматривается как методологическая основа вывода предприятия из кризисного состояния.

Abstract

The paper analyzes the prospects of forming a crisis management system in the implementation of industrial enterprises innovative and investment activities. Efficient architecture serve of investment and innovation processes is regarded as a methodological basis of the derivation of the enterprise from the crisis.

Ключевые слова: инновационно-инвестиционная деятельность, промышленное предприятие, инновации, инвестиции, антикризисное управление, инвестиционная привлекательность.

Keywords: innovation and investment activity, industrial enterprise, innovation, investment, crisis management, investment attractiveness.

В настоящее время Россия находится в процессе модернизации экономики, который призван фундаментально усовершенствовать ее экономические подсистемы. Одной из основных целей модернизации является принципиальное повышение экономической эффективности государственных и частных предприятий и компаний, чтобы на основе поддержки развития конкурентоспособных отечественных производителей сформировать инновационную модель экономического развития. Инновации – результаты производственной, творческой и интеллектуальной деятельности человека, представляющие собой технологически и информационно усовершенствованные товары и услуги, прошедшие фазу коммерциализации и обладающие определенной привлекательностью для потребительского рынка. Инновации признаны сегодня наиболее совершенным типом товаров, позволяющим их производителю при условии выбора рациональной инновационной стратегии достичь высоких показателей финансово-экономической эффективности и упрочить свои позиции на целевых рынках. Для российской экономики формирование процесса инновационного воспроизводства является наиболее оптимальным путем перехода от сырьевой модели экономического развития к инновационной модели, считающейся сегодня стратегически оправданной такими странами как США, Япония, Китай и страны Европы, на долю которых приходится наибольший объем производимой инновационной продукции и услуг.

Инновационная сфера является особенно актуальной с точки зрения антикризисного развития отечественных предприятий и развития современной методологии антикризисного управления. Антикризисное управление – систематизированная и целенаправленная деятельность по повышению социально-экономической эффективности промышленного предприятия, организации или индивидуального предпринимателя, основанная на формировании условий для его вывода из кризисного состояния и оптимизации его системы управления и структуры бизнес-процессов с учетом требований рынка, потенциалом конкурентов и основными тенденциями данной отрасли [1]. Как известно, в российской промышленности со времени распада Советского Союза накопился значительный объем экономических и технологических проблем, который сегодня крайне негативно сказывается на судьбе многих предприятий. Высокая степень устаревания основного производственного оборудования, отсутствие постоянного инвестиционного и государственного обеспечения процессов обновления производственной базы и крайне низкая конкурентоспособность российских производителей даже на внутренних рынках приводят в итоге к банкротствам значительного числа предприятий и ослаблению промышленной системы. В целях изменения этого положения считаю целесообразным разработку и внедрение на предприятиях инновационной стратегии развития. Данная стратегия должна базироваться на наиболее эффективных принципах организации инновационно-инвестиционной деятельности. Ин-

новационно-инвестиционная деятельность – комплекс мероприятий, связанных с разработкой и производством инновационных продуктов и услуг и основанная на интеграции инновационного и инвестиционного потенциалов предприятия или организации [3]. Как правило, кризисное состояние предприятия характеризуется не только известными негативными экономическими факторами (высокая величина чистого убытка, низкая рентабельность и ликвидность и т.д.), но и сопутствующими им отрицательными процессами, в числе которых можно выделить в первую очередь отсутствие у предприятия доступа к инвестиционным ресурсам. Как правило, при наличии рациональной антикризисной стратегии предприятию требуются определенные средства для стабилизации ситуации – выплаты кредитов, обновления технологической базы, проведения закупок патентов и лицензий на перспективные разработки и т.д.

Но в условиях низкой инвестиционной привлекательности приток инвестиционных ресурсов практически нулевой, что создает замкнутый негативный экономический контур, выход из которого сопряжен для предприятия с угрозой банкротства. В данном случае реализация инновационно-инвестиционной деятельности является тем подходом, который позволяет предприятию совершить качественный переход на новый уровень экономического развития. С одной стороны, оно начинает работу в наиболее востребованной со стороны рынка области новых технологий, привлекающей внимание как рядовых потребителей, так и потенциальных инвесторов различного уровня. С другой стороны – в этом случае предприятие с большей степенью вероятности может привлечь инвестиционные ресурсы для дальнейшего развития и решения наиболее острых оперативных и тактических задач, связанных с его кризисным экономическим состоянием. Кроме того, важным фактором развития предприятия является возможность технологического и интеллектуального совершенствования производственной системы – обновления базы основного оборудования, проведение внедрения современных информационных систем, привлечением высококвалифицированных сотрудников и т.д. Поступающие инвестиции дают предприятию набор реальных возможностей и вариантов инновационного развития, что в контексте отраслевой динамики промышленной системы позволяет говорить о выходе на передовые позиции с точки зрения инновационного потенциала, увеличения среднеотраслевых показателей инновационного развития, повышения конкурентоспособности российских производителей на основе укрепления национальных брендов и увеличения общей стоимости нематериальных активов.

Основным требованием к предприятию, решившему в условиях кризисного состояния провести реализацию инновационно-инвестиционной деятельности, является рациональность и разумность формируемой антикризисной стратегии инновационного развития. В качестве важных методических указаний здесь следует в первую очередь отметить целесообраз-

ность сотрудничества предприятия при разработке инновации со стабильными и развитыми вузами, НИИ и КБ, способными организовать и провести НИОКР. В противном случае имеется риск расходования инвестиционных средств на неэффективные исследования, в результате которых не происходит разработки инновации. Причиной тому является отсутствие достаточного опыта работы в научной сфере и разработки новых теоретических и прикладных направлений у сотрудников инновационного подразделения предприятия. Так, к примеру, они могут обладать хорошими познаниями в сфере инженерной работы, но при этом не иметь необходимой теоретической и информационной базы из необходимых научных направлений для осуществления разработки инновации.

Кроме того, для реализации успешной инновационно-инвестиционной деятельности в рамках антикризисной стратегии предприятие должно рационально подходить к вопросу формирования инвестиционного портфеля, разумно выбирая источники инвестирования. К примеру, если его активы частично или полностью принадлежат государству, а также если оно проводит разработки инновационной продукции высокой социальной и государственной значимости (к примеру, разработка новой модели искусственного спутника или важного медицинского препарата), то логичным будет привлечение государственных инвестиционных средств. Есть также иные важные цели и задачи, реализация которых важна в рамках комплекса инновационно-инвестиционной деятельности. В качестве заключения можно отметить, что реализация инновационно-инвестиционной деятельности в условиях кризисного состояния предприятия способна в достаточно короткие промежутки времени значительно повысить его инвестиционную привлекательность и стабилизировать его финансово-экономическое положение.

Библиографический список

1. Вишневская О.В. Антикризисное управление предприятием. М.: Феникс, 2008.
2. Медведев В.П. Инновации как средство обеспечения конкурентоспособности организации. М.: Магистр, 2009.
3. Мищенко В.В. Инвестиционный менеджмент. М.: КноРус, 2010.
4. Попов Р.А. Антикризисное управление. Учебник. М.: Высшая школа, 2005.

Контактная информация:

(4912) 46-03-03

e-mail: rgrtu@rsreu.ru

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

THE MODERN RUSSIAN ECONOMY INNOVATIVE INDUSTRIAL ACTIVITY MAIN ASPECTS

А.В. ПЬЯНОВ, аспирант
Кафедра «Финансовый менеджмент»
МАТИ

A.V. PIYANOV, postgraduate student
«Financial Management» Department
MATI

Аннотация

В статье характеризуется современная инновационная промышленная политика в посткризисной России, называются тормозящие модернизацию факторы. Отмечается противоречие подходов к политике преодоления сырьевой зависимости. Выдвигается гипотеза причин отсутствия в стране активного интереса к инновационной деятельности. Дается характеристика необходимого инновационного развития отдельных отраслей. В заключении делается вывод о необходимости эффективной многофакторной программы модернизации.

Abstract

The paper characterizes the modern innovative industrial policy in the post-crisis Russia, the factors, that slow down modernization, are named. Contradictions of raw materials policy dependence overcoming approach are mentioned. The hypothesis of reasons of active innovation activity interest lack in the country is put forward. The necessary innovative development description of separate industries is given. The final part of the article concludes the necessity of affective multiple-factor modernization program.

Ключевые слова: современная инновационная промышленная политика, политика преодоления сырьевой зависимости, инновационная деятельность, программа модернизации.

Keywords: modern innovative industrial policy, raw materials policy dependence overcoming, innovation activity, modernization program.

Различные факторы экономики (включая качество правовой среды, уровни налоговой нагрузки и коррупции, силу административного ресурса, бюрократические барьеры) мешают российскому бизнесу активно инвестировать в модернизацию, делая очевидным факт невозможности осуществления этого собственными силами без налаживания партнёрских отношений с зарубежными странами. Сделанный еще при Петре I рывок основывался именно на заимствовании европейских технологий, а кризис 2008-2009 годов еще раз вскрыл всю глубину препятствий переходу к инновационному типу экономического роста в нашей стране. Все более актуальным стал выбор алгоритма оптимального научно-технического взаимодействия в области международного обмена опытом, знаниями и технологиями; результативного поиска зарубежных партнёров при активном участии государства, в развитии внешнеэкономических связей и установлении более благоприятного инвестиционного климата. Характерно, что реализация инноваций все чаще рассматривается как базовая функция бизнеса [1]. Государство уже начало передавать результаты научных разработок частному бизнесу, разрешив создавать при вузах малые предприятия. На очереди – получение международных патентов на изобретения, ведь пока доля россиян в международном патентном потоке исчисляется лишь сотыми долями процента. Сколково станет проводником международного высокотехнологичного бизнеса в регионы. К настоящему времени, только в двух регионах России (Татарстане и Новосибирске) существуют все необходимые элементы поддержки инноваций. И если Новосибирский технопарк построен на коммерческой инициативе, и одним из учредителей является государство, то в Татарстане оно играет ведущую роль.

В февральском докладе на пленарном заседании VIII Красноярского экономического форума на тему «Настройка системы: уроки кризиса» Вице-премьер Алексей Кудрин отметил противоречие проводимой сейчас социальной политики объявленной в 2007 году предвыборной программе президента Дмитрия Медведева, включающей «четыре «и» - институты, инфраструктуру, инновации и инвестиции». Предложенный Минэкономики инновационный прогноз развития экономики России на период до 2030 года, предполагающий сохранение дефицита бюджета на уровне 3% ВВП, закономерно вызвал у Алексея Кудрина энергичный протест, поскольку российская экономика с ее сырьевой зависимостью не может позволить себе увеличивать долг выше 30% ВВП. Противоречие между разными подходами к преодолению нефтяной зависимости страны глубоко, – это противоречие между проведением жесткой бюджетной политики и назревшей необходимостью смены экономической модели для успешной

реализации предлагаемой программы модернизации российской экономики.

Поскольку источником роста экономики является предпринимательская деятельность, позволяющая соединять предметы, средства труда и рабочую силу в ходе производства, распределения и обмена благ таким образом, что результатом этого соединения становится приращение национального богатства; то именно она и определяет характер экономического роста, идущий либо за счет все большего вовлечения ресурсов на традиционной технологической основе (экстенсивный тип роста), либо благодаря более эффективному использованию ресурсов на основе нововведений (инновационный тип экономического роста). Этот факт порождает гипотезу об основной причине исторически складывающегося слабого инновационного развития России в отсутствие интереса субъектов хозяйствования к инновационной деятельности. Инновации представляют собой один из инструментов конкурентной борьбы, но при этом следует учитывать их высокий риск для предпринимателя. Закономерен тот факт, что предприниматели намного активнее и охотнее используют в конкурентной борьбе инструменты наименее затратные и рискованные. Более того, исторически главным методом конкурентной борьбы для российских предпринимателей было приобретение ими покровительства со стороны государственных чиновников.

Проводимая в развитых странах государственная инновационная политика в последние годы пополнилась рядом новых интересных инициатив в укреплении взаимосвязи «наука-государство-бизнес». Наиболее эффективными формами такого взаимодействия стали государственно-частные партнерства, создаваемые на основе кооперационных соглашений [2]. По оценкам экспертов, число научно-технологических альянсов только промышленных фирм в последние 20 лет возросло ежегодно более чем на 10%, и оно будет расти в последующие годы [3]. Показателен пример Франции, где объем государственного финансирования, которое получают «полюсы конкурентоспособности», весьма внушителен – порядка 1,5 млрд. евро на 2006-2008 годы, при этом непосредственно на НИОКР выделено 600 млн. евро [4].

Еще в ноябре 2008 года в нашей стране Институтом проблем естественных монополий была разработана стратегия развития тяжелого машиностроения до 2020 года, включающая развитие приоритетных национальных технологий, заимствование и локализацию передовых зарубежных технологий, масштабную модернизацию производственно-технологического комплекса отраслей на основе передовых технологий, а также развитие кадрового потенциала всей отрасли [5].

На такой же период времени была подготовлена стратегия развития легкой промышленности, предусматривающая её переход на инновацион-

ную модель развития, ориентированную на повышение конкурентных преимуществ отрасли, увеличение выпуска качественной продукции нового поколения. Особое внимание было уделено вопросам защиты внутреннего рынка от незаконного оборота товаров, технического перевооружения и развития отраслевой науки, обеспечения отрасли материально-сырьевыми ресурсами и профессиональными кадрами. Для успешной реализации такой стратегии предполагается задействовать не только венчурные фонды, инновационный фонд и важнейшие инновационные проекты, обеспечивающие конкурентный уровень отрасли, но еще и гранты, собственные средства предприятий, субсидии и бюджетное финансирование НИОКР, а также инвестиции отечественных и зарубежных инвесторов, коммерческих банков и страховых компаний. Согласно законодательству о безопасности государства доля отечественной продукции в объеме продукции стратегического назначения должна составлять не менее 50% [5].

Из-за последствий экономического кризиса сроки многих инвестиционных программ, включая инновационные проекты, будут пересмотрены. Корректировка распределения функций участников рынка все в большей мере происходит в экстремальных условиях сжатия экономики, поэтому сейчас так важно выбрать оптимальные направления развития тех базовых отраслей, компании которых обладают весомыми конкурентными преимуществами, включая их стратегию развития в качестве «локомотивов» общего итогового развития, и способны наиболее динамично развиваться за счет синергетического эффекта как при объединении усилий различных предприятий, так и в ходе роста их специализации.

Анализ современного механизма мирового кризиса указывает на высокую вероятность того, что западным экономикам предстоит многолетняя стагнация, пока новые технологические идеи не станут основой очередного подъема. России как никогда необходима действенная программа модернизации, работоспособная в условиях депрессивной внешнеэкономической конъюнктуры и включающая меры макроэкономической, внешнеторговой, промышленной политики на основе формирования национальной инновационной системы и интерактивного планирования на фоне совершенствования банковского и энергетического секторов.

Библиографический список

1. Туккель И.Л., Сурина А.В., Культин Н.Б. Управление инновационными проектами: учебник. СПб.: БВХ-Петербург, 2011. 416 с. С. 23.
2. Мильнер Б.З. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями. М.: ИНФРА-М., 2010. С. 203.
3. Popper S., Wagner C. New Foundation for Growth. The US Innovation System Today and Tomorrow. Arlington, 2002. P. 13.

4. Сперанская Т.С. Французский опыт строительства государственного и частного секторов в сфере высоких технологий // Проблемы прогнозирования. 2007. № 3. С. 151.

5. Сайт автономной некоммерческой организации «Институт проблем естественных монополий» – <http://www.ipem.ru>.

Контактная информация:

8 (910) 402-92-64

e-mail: A_pryanov@yahoo.com

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МОДЕЛИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

POSSIBILITY OF BUSINESS PROCESSES MODELING APPLICATION IN MARKETING

И.В. РОЖКОВ, к.э.н., доцент
Кафедра «Маркетинг»
МАТИ

I.V. ROZHKOV, Cand. of Economic Sci., Ass. professor
«Marketing» Department
MATI

Аннотация

В статье рассматривается возможность применения существующих методологий моделирования бизнес-процессов в маркетинговой деятельности современных предприятий. Определяются требования и основные средства применения процессного подхода в управлении маркетингом, а также рассматриваются его преимущества в целях повышения эффективности рыночной деятельности предприятий.

Abstract

The paper examines the possibility of using existing methodologies of business processes modeling in marketing activities of modern enterprises. Paper defines the requirements and the basic means of a process approach to marketing management, and discusses its benefits in order to improve marketing effectiveness.

Ключевые слова: маркетинг, процессный подход, моделирование, бизнес-процессы, IDEF0.

Keywords: marketing, process approach, modeling, business process, IDEF0.

Управление маркетингом в современных условиях необходимо рассматривать как сложный, многоуровневый процесс. Первоначальное использование процессного подхода в начале прошлого века связывают с именем А. Файоля – основоположника школы административного ме-

неджмента. При использовании процессного подхода в поле зрения менеджера находятся уже не отдельные функции подразделений организации и виды деятельности, а вся их совокупность, объединенная причинно-следственными связями в единый многоуровневый процесс [3].

При этом, процесс понимается как совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых видов деятельности, преобразующих входы и выходы. Любой вид деятельности организации может быть реализован только при наличии соответствующих ресурсов. Поэтому входами и выходами процессов, а также отдельных видов деятельности являются материальные (например, сырьевые) и информационные ресурсы. Видом деятельности, не подлежащим дальнейшему разбиванию, является операция, или элементарная составляющая процесса. Все виды деятельности входящие в процесс, кроме операций, при необходимости могут быть представлены в виде процессов более низкого уровня.

Для реализации процессного подхода в управлении маркетингом необходимо:

- a) определить процессы управления маркетингом;
- b) определить последовательность и взаимодействие этих процессов;
- c) определить критерии и методы, необходимые для обеспечения результативности как при осуществлении этих процессов, так и при управлении ими;
- d) обеспечивать наличие ресурсов и информации, необходимой для поддержки этих процессов и их мониторинга;
- e) осуществлять мониторинг, измерение и анализ данных процессов;
- f) принимать меры, необходимые для достижения запланированных результатов и их постоянного улучшения [2].

Наиболее полно выявить взаимосвязи бизнес-процессов предприятия можно с помощью функциональной модели. Функциональное моделирование в современной деловой практике все чаще используют для организационно-экономических систем и процессов в целях их совершенствования, повышения их результативности и эффективности. Особенно актуальным построение функциональных моделей становится для бизнес-процессов маркетинговой деятельности. В России в 2001 году были приняты рекомендации Госстандарта (Р 50.1.028-2001) по стандартизации в области информационной поддержки жизненного цикла продукции (включая маркетинг), устанавливающие применение методологии IDEF0 [1].

Общая методология IDEF состоит из трех частных методологий моделирования, основанных на графическом представлении систем:

IDEF0 – используется для создания функциональной модели, отображающей структуру и функции системы, а также потоки информации и материальных объектов, преобразуемые этими функциями;

IDEF1 – применяется для построения информационной модели, отображающей структуру и содержание информационных потоков, необходимых для поддержки функций системы;

IDEF2 – позволяет построить динамическую модель меняющихся во времени поведения функций, информации и ресурсов системы.

В основе функционального моделирования лежит язык графического описания функциональных систем SADT-методологии (Structured Analysis and Design Technique), принятой федеральным стандартом США под наименованием IDEF0 (Integrated computer aided manufacturing DEFinition).

Функциональное моделирование IDEF0 заключается в представление любой изучаемой системы в виде набора взаимодействующих и взаимосвязанных блоков, отображающих процессы, операции, действия, происходящие в системе. Основное достоинство функциональной модели заключается в визуализации и графической простоте. В функциональной модели используют лишь два конструктивных графических элемента:

- функциональный блок – описание функций, операций, действий, работы;

- интерфейсная дуга, связывающая два функциональных блока между собой.

В настоящее время существует несколько программных средств реализации методологии функционального моделирования бизнес-процессов:

CA ERwin Process Modeler. Моделирование осуществляется на базе методик IDEF0;

Design/IDEF (Meta Software Corp., США). Моделирование на базе IDEF0, IDEF1X;

ARIS Toolset (IDS Sheer AG, Германия);

EM Tool Kit (Enterprise Modeling Tool Kit). Компания Ориентсофт, Белоруссия. Моделирование на базе IDEF0 и регламента Беларуси ТК РБ 4.2-МР-05-2001;

ORACLE Designer, BPM (Business Process Modeler).

Также используются графические средства построения диаграмм IDEF0 в MS Visio и др.

В результате применения функционального моделирования бизнес-процессов маркетинговой деятельности предприятие получает ряд существенных преимуществ, повышающих эффективность рыночной деятельности:

- функциональную модель всех бизнес-процессов маркетинговой деятельности, объединенную причинно-следственными связями;

- декомпозицию бизнес-процессов маркетинговой деятельности с их детальным описанием, ресурсами, необходимыми для их осуществления, продуктами, являющимися результатами этих процессов;

- диаграммы бизнес-процессов, описывающие функции, их входы, выходы, управление, и механизмы.

Такой подход позволит проанализировать и оптимизировать маркетинговую деятельность, а также осуществлять мероприятия по повышению результативности маркетинга.

Библиографический список

1. Р 50.1.028-2001. Информационные технологии поддержки жизненного цикла продукции. Методология функционального моделирования.
2. Функциональная модель маркетинговой информационной системы предприятия на основе переменных комплекса маркетинга // Научные труды Вольного экономического общества России. Том 86. М., 2007.
3. Моделирование маркетинговых информационных систем на предприятиях малого и среднего бизнеса. Управление инновационно-инвестиционной деятельностью в промышленности: сб. научных трудов / под ред. д.э.н., проф. В.В. Мильника. М.: МАТИ, 2009.

Контактная информация:

8 (495) 725-15-73

e-mail: ivr1@yandex.ru

**МЕХАНИЗМ ВЫЯВЛЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ОРГАНИЗАЦИОННЫХ РЕЗЕРВОВ
ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА
НАУКОЕМКОЙ ПРОДУКЦИИ**

**THE MECHANISM OF EXPOSURE AND EMPLOYMENT
ORGANIZATIONAL RESERVES OF SCIENCE-INTENSIVE
PRODUCTS EFFECTIVENESS INCREASE**

О.В. РЫБКИНА, аспирант

Кафедра «Экономика и управление на предприятии
машиностроения»

Воронежский государственный технический университет

O.V. RYBKINA, postgraduate student

EIMM Department

Voronezh State Technical University

Аннотация

В статье дается определение механизма выявления и использования организационных резервов повышения эффективности производства наукоемкой продукции, приводятся его особенности, предлагается структура и содержание.

Abstract

This paper contains authors view to fundamental principles, specifics and structure of mechanism of exposure and employment organizational reserves of science-intensive products effectiveness increase.

Ключевые слова: механизм выявления и использования организационных резервов повышения эффективности производства наукоемкой продукции; наукоемкое производство; наукоемкая продукция.

Keywords: mechanism of exposure and employment organizational reserves of science-intensive products effectiveness increase; high-tech production and products.

Тенденции современной экономики создают необходимость развития предприятий в сторону увеличения их инновационной и инвестицион-

ной активности, интеграции, постоянного мониторинга все новых возможностей повышения эффективности деятельности. Инновационное развитие предприятий – основа создания наукоемкой продукции и перехода к организации наукоемких производств. В таких условиях особую актуальность приобретают вопросы выявления и использования организационных резервов – ранее неиспользованных возможностей более полного использования всех производственных ресурсов за счет упорядочения элементов и взаимосвязей в производственной системе. Однако поиск и реализация резервов требуют создания некой структуры, в рамках которой производится планирование, организация и координация, контроль процесса и конечной целью которой становится повышение эффективности производства. Вариантом такой структуры является механизм выявления и использования организационных резервов повышения эффективности производства наукоемкой продукции.

Механизм выявления и использования организационных резервов повышения эффективности производства наукоемкой продукции – это система объектов (звеньев механизма, которыми являются предприятия и/или организации, их подразделения, функциональные и межфункциональные группы и команды, конкретные работники), вовлеченных в процесс выявления и использования организационных резервов повышения эффективности производства наукоемкой продукции, и взаимоотношений между ними, в которой изменение поведения одного или нескольких объектов приводит к изменению состояния всей системы, и управление которой происходит с помощью набора определенных средств, методов и инструментов для достижения экономической выгоды и/или иных поставленных целей. В рамках механизма протекают различные процессы, которые нуждаются в управлении с использованием специальных приемов, средств, методов и инструментов, что необходимо для достижения цели его создания [1].

Характеризуя механизм выявления и использования организационных резервов повышения эффективности производства наукоемкой продукции, целесообразно в его структуре, содержании отразить специфику производства наукоемкой продукции:

– состав участников (звеньев) механизма представлен постоянно взаимодействующими подразделениями, организациями, отдельными работниками или группами, которые вовлечены в процесс производства наукоемкой продукции от начального до конечного этапов и его совершенствование на основе выявления и использования организационных резервов;

– в рамках управляющей системы механизма существует единый орган (центр) управления структурой и процессами, благодаря чему реализуются функции управления производством наукоемкой продукции и выявлением, использованием организационных резервов;

– в структуре механизма высокий удельный вес занимают элементы научно-технического характера, как то: научные коллективы, лаборатории, группы, руководители тем и научные сотрудники, конструкторы, проектировщики, инженеры и др.

Данный механизм является открытой системой, поскольку должен позволять влиять на процесс производства наукоемкой продукции со стороны потребителей, а также позволять влиять на качество производственных ресурсов из вне, предъявляя и реализуя требования к поставщикам, контрагентам, сторонним организациям.

Оптимальная структура, на основе которой реализуется механизм выявления и использования организационных резервов повышения эффективности производства наукоемкой продукции, разработана с применением метода проектирования сложных систем AIDA – анализ взаимосвязанных областей решения [1]. Итогом реализации метода является следующая структура и взаимосвязь участников производства наукоемкой продукции и, следовательно, звеньев механизма выявления и использования производственных резервов: вуз → сотрудничество НИИ и КБ → инжиниринговая фирма → подразделения п/п → группа п/п (объединение). На каждом из этапов производства наукоемкой продукции от НИР до основного производства реализуется определенная последовательность работ, в том числе и по выявлению и использованию резервов.

В разработанной структуре исполнителей этапов по производству наукоемкой продукции и работ по выявлению и использованию резервов НИР и ОКР переданы различным организациям, освоением производства занимаются подразделения производственного предприятия, основное производство может быть организовано с привлечением нескольких предприятий. Таким образом, отношения между производителями наукоемкой продукции от НИР до основного производства строятся на принципах аутсорсинга, что позволяет говорить о производственной интеграции предприятий [2].

Структура механизма, разработанная на основе структуры производства наукоемкой продукции, отражает состав руководителей, от которых зависят параметры производства наукоемкой продукции, исполнителей работ и соответствующие резервы, которые проявляются на каждом из этапов такого производства. При этом управляющая подсистема механизма представляет собой совокупность подразделений организаций и отдельных работников, задействованных в процесс управления созданием и производством наукоемкой продукции на тех этапах, где организационные резервы необходимо выявить и эффективно использовать; управляемая подсистема (объект управления) представлена совокупностью исполнителей (подразделений, служб, работников организаций), вовлеченных в процесс создания и производства наукоемкой продукции, а также включает в себя те этапы и работы по поиску и реализации организационных резервов, ко-

торые необходимо выполнить на протяжении создания и производства наукоемкой продукции, т.е. объектом управления будут являться не только исполнители, но и сам процесс выявления и использования организационных резервов повышения эффективности производства наукоемкой продукции.

При реализации механизма выявления и использования организационных резервов повышения эффективности производства наукоемкой продукции на практике возможна следующая его организация:

- создание отдела или иного обособленного подразделения в организационной структуре управления предприятием и/или каждой из организаций, входящих в процесс создания и производства наукоемкой продукции и, следовательно, в механизм;

- создание межфункциональной команды или иной проектной группы, занимающейся вопросами организации производства наукоемкой продукции и выявлением и использованием сопутствующих процессу организационных резервов;

- наделение функциями по выявлению и использованию организационных резервов повышения эффективности производства наукоемкой продукции в рамках механизма существующих исполнителей, задействованных в процесс создания и производства. При этом важно оценить загруженность этих исполнителей и определить мотивационные инструменты. Данный вариант является наиболее эффективным, поскольку никто лучше исполнителей работ по производству продукции не реализует указанные резервы.

Организация механизма выявления и использования производственных резервов предполагает выделение единого центра управления протекающими в механизме процессами, который призван планировать, координировать, контролировать работы по выявлению и использованию резервов. Наиболее логично представить единый центр управления в виде некой межфункциональной команды (целевой группы), в состав которой входят ключевые руководители на каждом из этапов производства. Исходя из структуры управляющей подсистемы механизма, в состав единого органа управления будут входить:

- руководитель темы НИР;
- руководитель проекта по проведению ОКР (главный конструктор);
- руководитель проекта по комплексной подготовке производства;
- главный инженер предприятия;
- начальник производства (директор по производству) каждого из предприятий основного производства.

Таким образом, единый центр управления механизма выявления и использования организационных резервов повышения эффективности производства наукоемкой продукции, а также управляющая система механизма реализуют свои функции на основе существующих подразделений и

исполнителей, задействованных в процесс создания и производства наукоемкой продукции. Соответственно, при создании указанного механизма возникает потребность введения проектного управления, которое реализуется путем организации работ следующим образом:

1) образовать целевую группу, координационный отдел или специальный комитет, поскольку действующая организационная структура, по общему признанию, не сможет справиться с новой комплексной задачей. Однако опыт показывает, что отдельно взятому новому органу не удастся решить задачу принятия общеорганизационных решений при отсутствии его взаимодействия со всеми функциональными и линейными структурами;

2) наделить полномочиями и ответственностью за решение различных частей комплексной задачи руководителя одного из функциональных отделов, не снимая с него других обязанностей. Однако здесь возникает проблема: для разрешения конфликтов и обеспечения координации работы требуется постоянное участие в руководстве проектом высшего звена управления;

3) назначить руководителя проекта, наделив его всей полнотой власти для решения проблем, связанных с разработкой и реализацией проекта. Основная идея состоит в передаче одному лицу – руководителю проекта полномочий и ответственности за планирование, оперативное управление, финансирование выполнения всех работ по проекту. Его работа состоит в том, чтобы обеспечить выполнение задачи (проекта) в установленное время с заданными техническими требованиями и затратами. Этот организационный механизм все шире используется в промышленности [3, с.107].

Библиографический список

1. Рыбкина О.В. Методические основы механизма выявления и использования организационных резервов повышения эффективности производства наукоемкой продукции // Вестник Брянского государственного университета. Брянск: РИО БГУ. 2010. № 3. С. 108-112.

2. Организационно-экономический механизм управления интегрированными производственными структурами: монография / под ред. О.Г. Туrowца. Воронеж: ГОУ ВПО «Воронежский государственный технический университет», 2010. 175 с. (Серия «Теория и практика организации промышленного производства»).

3. Мильнер Б.З. Теория организации: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2002. XVIII, 558 с.

Контактная информация:

+7 (473) 243-76-67

e-mail: turovets@epm.vorstu.ru

**ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ
ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОГО АНАЛИЗА
ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
СЛОЖНЫХ ТЕХНИЧЕСКИХ СИСТЕМ**

**FEATURES OF CARRYING OUT
OF THE FUNCTIONAL-COST ANALYSIS
FOR INCREASING COMPETITIVENESS
OF COMPLEX TECHNICAL SYSTEMS**

М.В. СИЛУЯНОВА, д.т.н., профессор
Кафедра «Двигатели летательных аппаратов и теплотехника»
МАТИ

А.Ю. АНИСИМОВ, аспирант
Кафедра «Двигатели летательных аппаратов и теплотехника»
МАТИ

M.V. SILUYANOVA, Doctor of technical sci., Full professor
Aircraft engines and heat engineering department
MATI

A.Y. ANISIMOV, postgraduate student
Aircraft engines and heat engineering department
MATI

Аннотация

В статье представлена методология повышения конкурентоспособности сложных технических систем за счет обеспечения сбалансированных соотношений качественных и стоимостных показателей методом функционально-стоимостного анализа производственных стадий жизненного цикла в современных технических и экономических условиях.

Abstract

The paper presents the methodology of increasing competitiveness of complex technical systems at the expense of maintenance of the balanced parities qualitative and cost indexes by a method of the is functional-cost analysis of industrial stages of life cycle in modern technical and economic conditions.

Ключевые слова: конкурентоспособность, функционально-стоимостной анализ, сложная техническая система, управление требованиями, управление программой, инновационные проекты.

Keywords: competitiveness, functional-cost (functional and cost) analysis, value analysis, complex technical (engineering) system, requirements management, program management, innovation project.

Повышение конкурентоспособности сложных технических систем на внутренних и внешних рынках путем достижения методом функционально-стоимостного анализа (ФСА) сбалансированных соотношений качественных и стоимостных показателей, в современных технических и экономических условиях, невозможно без разработки и освоения новых технологических процессов проектирования, производства и эксплуатации, позволяющих обеспечить требуемые функциональные свойства и эффективные технико-экономические показатели на всех стадиях жизненного цикла.

Эффективность создаваемых сложных технических систем (СТС) предопределяется качеством проектирования. Проектируемые объекты будут превосходить по своим характеристикам лучшие образцы только тогда, когда в процессе проектирования применяются прогрессивные методы и используются результаты научных исследований, передовой опыт, изобретения и открытия.

Высокое качество проектирования должно обеспечиваться в приемлемые сроки, иначе заложенные в проекте научно-технологические идеи и технические решения морально устаревают еще до начала эксплуатации создаваемых изделий.

Объективным препятствием повышению качества проектирования и сокращению сроков выполнения проектных работ, а значит и повышению конкурентоспособности, является несоответствие между сложностью современных СТС и применяемыми методами и средствами проектирования. В современных условиях решение этой проблемы может быть обеспечено только на основе применения новых информационных технологий на всех стадиях жизненного цикла.

В определении места и роли систем функционально-стоимостного анализа в жизненном цикле изделия на различных предприятиях наблюдаются существенные различия. Само понятие функционально-стоимостного анализа со временем меняло свое значение. Предлагается определять ФСА как процесс комплексной оценки и всестороннего анализа функций и параметров изделия на всех стадиях жизненного цикла. Это позволяет все противоречия, касающиеся конструктивно-технологических,

эксплуатационных и стоимостных свойств изделия, разрешить еще в информационном слое.

Главной проблемой создания полноценной системы ФСА является отсутствие методологического единства и единых форматов данных для представления комплексных конструктивно-технологических решений. Методологическое единство основано на формализованном представлении пространства проектирования и требует применения типовых форм представления данных и знаний об объектах и процессах их создания и эксплуатации. В настоящее время компании-разработчики программно-методических средств берутся в основном за создание узкоспециализированных объектно-ориентированных систем, а так как единых стандартов на форму представления данных и знаний об изделии пока нет, то стадии жизненного цикла стыкуются плохо [1].

Причина информационной и методологической разрозненности проблемно-ориентированных систем кроется и в инерционности их развития по сравнению с программно-аппаратными средствами. Требуется повышать рациональность представления каждого структурного элемента комплексной системы для того, чтобы ее создание смогло завершиться хотя бы в сроки, соизмеримые со сроками смены поколений технического обеспечения автоматизированных систем и критических технологий.

Конкурентоспособность СТС принимается как неформальная многофакторная оценка сбалансированного соотношения свойств, показателей качества и суммарных ресурсов на всех стадиях жизненного цикла, обеспечивающего преимущества по сравнению с аналогами в определенном сегменте рынка в заданном объеме выпуска и интервале времени.

Для получения конкурентоспособных проектных решений необходимо управлять процессом разрешения противоречий методами функционально-стоимостного анализа. Управление требованиями, предъявляемыми к сложным техническим системам, и управление программой их реализации выполняется на основе комплексной оценки вариантов решений. Методологическое единство автоматизированных систем является основой для создания эффективно функционирующего виртуального предприятия на основе современных CALS-технологий. Это актуально для организаций, занимающихся созданием наукоемкого высокотехнологичного продукта, претендующего на статус конкурентоспособного.

В настоящее время в большом количестве различных САД-систем сложилась математическая модель представления конструкции изделия. В системах технологической подготовки производства САМ-системах формируются модели технологических процессов и средств технологического оснащения. Актуальными для обеспечения информационного единства являются задачи передачи данных из САД-систем в САМ-системы и другие системы автоматизации проектирования и производства, еще более сложными являются задачи согласования и гармонизации внутренних моделей

и языков, которые успешнее всего решаются методами создания комплексных CAD/CAM-систем на основе общих баз данных.

Методология повышения конкурентоспособности объединяет методики декомпозиции и структурирования проектов сложных технических систем, распараллеливания проектных работ по стадиям и этапам жизненного цикла, имитационное моделирование изделий, технологических систем и конструктивно-технологических решений с сохранением целостности объектов моделирования, позволяющие получать рациональные варианты решений со сбалансированными функциональными, конструктивными, технологическими и стоимостными (технико-экономическими характеристиками) [2].

Для функционально-стоимостного анализа сложных технических систем на всех стадиях жизненного цикла и их исследования методами математического моделирования в соответствии с предлагаемой методологией СТС, средства и процессы производства и эксплуатации представляются в виде взаимосвязанных типовых математических моделей.

$$S(D) = (B, RB, Y(t), \rho), \quad (1)$$

где: B – группа базовых множеств элементов (объектов), свойств (контуров) и параметров сложной технической системы; RB – группа отношений, определяемых на базовых множествах; $Y(t)$ – возмущающие воздействия и ограничения, как функции от времени (ресурс, цикл и другие показатели); ρ – процедурно-алгоритмическая среда.

Методика функционально-стоимостного анализа обеспечивает последовательное установление и уточнение оценок вариантов проектных решений (интервалов, границы которых сближаются) при переходе от начальных стадий и этапов жизненного цикла к последующим для всего ЖЦ на основе имитационного моделирования изделий, технологических систем и процессов их создания и эксплуатации, что способствует повышению эффективности и конкурентоспособности СТС.

Библиографический список

1. Силуянова М.В. Комплексная оценка проектных решений для сложных технических систем // Общероссийский научно-технический журнал «Полет». 2007. № 5.
2. Силуянова М.В. Применение функционально-стоимостного анализа для обеспечения принципа комплексности при проектировании сложных машиностроительных объектов // Технология машиностроения. 2007. № 6.

Контактная информация:

+7 (495) 915-56-79

e-mail: dlait@mail.ru

**ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ
И РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ
ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА**

**ENGINEERING ECONOMIC JUSTIFICATION
AND DEVELOPMENT OF INNOVATION PROJECT'S
MARKETING STRATEGIES**

М.В. СИЛУЯНОВА, д.т.н., профессор
Кафедра «Двигатели летательных аппаратов и теплотехника»
МАТИ

Т.В. ПОПОВА, студент
Кафедра «Маркетинг»
МАТИ

M.V. SILUYANOVA, Doctor of technical sci., Full professor
«Aircraft engines and heat engineering» Department
MATI

T.V. POPOVA, student
«Marketing» Department
MATI

Аннотация

В статье определяется роль маркетинговой деятельности на промышленном предприятии при разработке инновационного проекта. Выполняется аналитический обзор рынка малой энергетики, выявляются приоритетные направления развития энергоустановок. Описываются результаты начальных этапов инженерной, экономической и маркетинговой деятельности при разработке энергетической установки.

Abstract

The paper defines the role of marketing activities during the development of an innovation project at the industrial enterprise. It includes the gensets's market analytic review and the definition of the gensets's development priorities. The article describes the outcomes of the first stages of engineering economic and marketing activities during the development of a genset.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, рынок энергоустановок, маркетинговая стратегия, аналитический обзор рынка энергоустановок, инновационные проекты.

Keywords: marketing activities, gensets's market, marketing strategy, gensets's market analytic review, innovation project.

В современных условиях конкуренции борьба за лидирующие позиции более чем жесткая и, к сожалению, отечественные производители, по большей части, не имеют конкурентных преимуществ, чтобы выиграть эту борьбу. Огромное значение для предприятий должен имеет анализ спроса на инновации, поскольку от его результатов зависит точность разработки производственной программы предприятия, стратегия и объем реализации его продукции и, следовательно, финансовые результаты его деятельности. Инновационный маркетинг в современном понимании представляет собой единство стратегий, философии бизнеса, функций и процедур управления компанией. В индустриально развитых странах маркетинговая концепция развития фирмы занимает почетное место уже в течение десятилетий. Основная проблема заключается в пренебрежении российскими производителями маркетинговой составляющей, хотя ни для кого не секрет, что проведение маркетингового исследования, разработка маркетинговой стратегии и совершенствования других составляющих комплекса маркетинга, является ключом к успеху любой компании.

В данной статье будут рассмотрены начальные этапы маркетинговой деятельности, на примере инновационного проекта ФГУП ЦИАМ им. П.И. Баранова – твердотопливной микрогазотурбинной теплоэлектростанции, которая на данный момент разрабатывается в институте.

Перед началом разработки схемного решения был проведен анализ рынка малой энергетики, а именно существующих технологий производства электроэнергии и виды топлив используемых конкурентами. Внимание разработчиков привлекли именно нетрадиционные виды топлив, поскольку в последние десятилетия наблюдается устойчивая тенденция роста цен на минеральные энергоносители. Целью инженеров ЦИАМ стала разработка инновационной автономной энергоустановки на твердом возобновляемом топливе ориентированной на сегмент потребителей, не имеющих доступ к газопроводу. Возобновляемые источники энергии, такие как древесина, являются общедоступными, экологически чистыми и имеют гораздо более низкую стоимость, чем традиционные топлива: дизельное топливо и газ.

Далее были исследованы технологии и схемные решения, применяемые конкурентами. При сравнении характеристик поршневых и газотурбинных установок, предпочтение было отдано газотурбинным установкам

(ГТУ). В выбранных условиях поршневые двигатели не смогли бы стать конкурентоспособной продукцией, в связи с этим принято решение использовать за основу газотурбинную технологию [1].

Главной проблемой создания ГТУ на твердом растительном (древесном) топливе явилась невозможность прямого сжигания твердого топлива в камере сгорания ГТУ [2]. Решением этой задачи стал отказ от сжигания твердого топлива непосредственно в камере сгорания и разработка турбины с внешним источником теплоты – газогенераторной горелкой на твердом топливе и теплообменником, в котором будет нагреваться рабочее тело ГТУ – газ. Еще один плюс в пользу газотурбинной технологии – нет необходимости в разработке новых турбокомпрессоров для установки. Выпускаемой российской промышленностью модельный ряд турбокомпрессоров позволяет использовать готовые элементы турбин с незначительной доработкой. Поскольку ЦИАМ имеет возможность проводить работу над разработкой и производством микро теплоэлектростанции самостоятельно, становится экономически нецелесообразным прибегать к помощи посредников.

Предлагаемая установка не имеет аналогов на российском рынке, а значит, создаст новый рынок в энергетической отрасли. Стоимость установки (выработка тепла и электроэнергии) будет равна примерно 500 тыс. руб. в расчете на помещение площадью 150 кв. м. Согласно исследованиям установки будут востребованы во всех федеральных округах с наличием лесополос. По проведенным расчетам для предприятия затраты на разработку и окупятся через год. Затраты потребителя окупятся через 5-7 лет.

При разработке любого нового продукта есть риск потерпеть неудачу, поэтому очень важно обратить внимание на негативные стороны. Основной риск обусловлен существованием на рынке такого сильного конкурента как ОАО «Газпром», которому будет не выгоден переход большого количества потребителей на альтернативные виды топлив, поэтому компания будет вести жесткую конкурентную борьбу в отношении нашей разработки. Однако, ОАО «Газпром» в настоящее время не ведет активную работу по расширению сетей трубопроводов, а значит, есть возможность осуществить захват удаленных региональных рынков и рынков «свободных» от ОАО «Газпром» ввиду отсутствия газовых сетей и достичь лидирующих положений на этих рынках.

Потенциальными конкурентами также станут микротурбины на газовом и жидком топливе (Capstone, Eliot и др.), газопоршневые установки (Hitachi, Mitsubishi, КАМАЗ, ЯМЗ и др.). Однако предлагаемая микро теплоэлектростанция выиграет в конкурентной борьбе с любым из перечисленных конкурентов. Во-первых, цена ГТУ у конкурентов выше примерно в два раза. Предполагается, что обслуживание сможет производить эксплуатант самостоятельно, что увеличит экономическую выгоду от использования ГТУ. Во-вторых, экологические характеристики – отсутствие NOx в

выхлопе. В-третьих, использование доступного дешевого возобновляемого местного топлива ((дрова) топливная составляющая в цене производимого кВт·ч будет не более 80 коп/кВт·ч (в ценах 2011 года)). Потенциальными потребителями результатов настоящей работы могут стать следующие отрасли и заказчики: жилищно-коммунальное хозяйство, строительство доступного жилья, нуждающееся в недорогих источниках электроэнергии и тепла, лесная отрасль и сельское хозяйство, не имеющие возможности использовать собственные отходы для производства электроэнергии, МЧС, ФСБ и Минобороны, нуждающаяся в мобильных энергоустановках на местных видах топлива.

Разрабатываемая продукция является конкурентоспособной, она опережает по своим характеристикам энергоустановки конкурентов. Исследовательская база ЦИАМ известна во всем мире, поэтому имидж предприятия не даст потребителям усомниться в недоброкачественности продукции. Установку, по средствам небольших модернизаций можно приспособить к любому виду топлива. Установка может работать в режиме когенерации (выработка электричества и тепла). Данный товар имеет длительную фазу жизни, поскольку электроэнергия и тепло – это всегда востребованный продукт. При формировании ценовой политики наше предприятие стремится достичь следующих целей: захватить намеченную долю рынка; получить максимальную прибыль и оборот; установить ценовые барьеры для новых конкурентов. Поскольку товар имеет свою специфику, продвижение товара будет осуществляться по средствам специализированных журналов, сети Интернет, специализированных выставок.

Проведение маркетинговой деятельности на всех этапах жизненного цикла изделия позволяет прогнозировать успешность разрабатываемой продукции. Поэтому для того чтобы занять более высокие позиции, по крайней мере на российском рынке малой энергетики, разработка новых схем энергетических установок должна быть неразрывно связана с маркетинговой деятельностью.

Библиографический список

1. Силуянова М.В. Методология оценки конкурентоспособности комплексных проектных решений // Новые материалы и технологии – НМТ-2006. М.: ИЦ МАТИ, 2006.

2. Ломазов В.С. Анализ способов сжигания твердого топлива применительно к ГТУ и выбор оптимального метода сжигания. Справка-отчет о НИР. М.: ФГУП «ЦИАМ им. Баранова», 2011. 3 с.

Контактная информация:

+7 (495) 915-56-79

e-mail: dlait@mail.ru

**РАЗРАБОТКА КЛАССИФИКАЦИИ
ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ
И СХЕМЫ ИХ ВЫБОРА В УСЛОВИЯХ
ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**QUALITY MANAGEMENT INSTRUMENTS
CLASSIFICATION DEVELOPMENT AND PATTERN
OF THEIR CHOICE IN TERMS OF ENTERPRISES
INNOVATION DEVELOPMENT**

И.А. СУХОРУКОВА, соискатель

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»
Рязанский государственный радиотехнический университет

I.A. SUKHORUKOVA, applicant

«Economy, Management and the Industrial Engineering» Department
Ryazan state radio-engineering university

Аннотация

В статье определена роль менеджмента качества в условиях инновационного развития предприятий. Выделены сферы улучшения качества. Также сформулирована математическая модель задачи выбора инструментов управления качеством. В заключение определена классификация инструментов управления качеством.

Abstract

The paper defines the role of quality management in terms of enterprises innovation development. The fields of quality improvement are chosen. The paper also formulates the mathematical model of choosing quality management instruments. The final part of the paper determines classification of quality management instruments.

Ключевые слова: инновационная деятельность, менеджмент качества, инструменты управления качеством

Keywords: innovation activity, quality management, quality management instruments

Все отрасли промышленности подвергаются серьезным изменениям, а инновационная деятельность становится главным средством обеспечения стабильного и непрерывного развития предприятий. В современных условиях инновационная деятельность тесно связана с конкуренцией, что требует от предприятий производства продукции, как отмечается в [1], мирового уровня качества, дешевле и быстрее конкурентов с использованием наиболее безопасных технологий, и, как следствие, улучшения качества самого производства.

Математическую модель улучшения качества можно представить следующим образом: целевые функции F_1 затрат, F_2 качества продукции и F_3 длительности производства зависят от переменных X_i , X_k , X_j качества процессов производства. Структура модели улучшения качества может быть выявлена решением задачи минимизации функций F_1 , F_3 и максимизации функции F_2 . Так как управление системой осуществляется с помощью переменных X_i , X_k , X_j , то задачу можно представить следующим образом:

$$\begin{aligned} F_1(X_i) &\rightarrow \min, \text{ где } i=1, \dots, n; \\ F_2(X_k) &\rightarrow \max, \text{ где } k=1, \dots, m; \\ F_3(X_j) &\rightarrow \min, \text{ где } j=1, \dots, l. \end{aligned} \quad (1)$$

При этом переменные X_i , X_k , X_j не обязательно должны быть различными.

В [2] отмечается, что качество производства обеспечивается качеством всех видов деятельности на предприятии и неразрывно связано с использованием различных инструментов управления качеством. Поэтому решение задачи (1) минимизации затрат и длительности производства и максимизации качества должно сводиться к выбору соответствующих инструментов управления качеством. Рассматривая переменные X_i , X_k , X_j качества процессов производства как базовые факторы, влияющие на функции F_1 затрат, F_2 качества продукции и F_3 длительности производства все инструменты управления качеством можно классифицировать по трем категориям (таблица 1).

Многие авторы учебников и монографий подчеркивают универсальность инструментов и их эффективность применения на любом предприятии на всех этапах жизненного цикла продукции. Но практика показывает, что ориентация на универсальность не всегда приводит к успеху и обеспечивает высокую эффективность деятельности. Это происходит вследствие того, что любое предприятие уникально по своей сути, и у каждого существует свой особый подход к менеджменту.

Поэтому выбор инструментов управления качеством должен основываться, прежде всего, на ситуационном подходе, в соответствии с которым управленческое решение по выбору инструмента будет рассматри-

ваться как функция факторов внутренней и внешней среды предприятия, при этом:

$$Y(Z1, Z2) \rightarrow optimum, \quad (2)$$

где $Z1$ – множество факторов внутренней среды предприятия; $Z2$ – множество факторов внешней среды предприятия.

Таблица 1.

Категории инструментов управления качеством.

Инструменты, влияющие на качество продукции	Инструменты, позволяющие оценить и снизить затраты	Инструменты, позволяющие сократить сроки производства
Семь инструментов контроля качества. Семь инструментов управления качеством. Развертывание функции качества (QFD). FMEA – анализ. Технология QuaD. Кайдзен. Реинжиниринг бизнес-процессов. Дзидока. Интегрированная разработка продукции и процессов. Пять «почему?» Морфологический анализ и др.	Метод ABC. Функционально-стоимостной анализ. Метод поэлементного экономического анализа. Карта потока создания ценности. Цепочка приращения стоимости. Метод калькуляции затрат на качество. Метод калькуляции затрат, связанных с процессами. Метод определения потерь вследствие низкого качества и др.	Цикл Шухарта-Деминга. Выравнивание производства. Система 5S. Система канбан. Точно вовремя (JIT). Быстрая переналадка оборудования (SMED). Всеобщее продуктивное обслуживание. Бережливое производство. Нормирование временных затрат. Управление длительностью цикла (СТМ) и др.

Таким образом, решение задачи (1) зависит от решения задачи (2) выбора такого инструмента управления качеством, который будет наиболее оптимальным при сложившихся условиях управления на предприятии. Выбор оптимального варианта подразумевает, что развитие одной из функций $F1$, $F2$ или $F3$ вызовет многофакторный эффект, т.е. развитие двух других функций в соответствующем направлении. Так как функции $F1$, $F2$ и $F3$ зависят от переменных X_i , X_k , X_j , то влияние множеств $Z1$ факторов внутренней среды и $Z2$ факторов внешней среды на функции $F1$, $F2$ и $F3$ будет осуществляться через переменные X_i , X_k , X_j , т.е. множества $Z1$ и $Z2$ являются фундаментальными при выборе инструментов управления качеством. Множества $Z1$ и $Z2$, являющиеся ситуационными переменными, взаимосвязаны с функциями управленческого процесса на предприятии. Через управление осуществляется координация деятельности предприятия (координация множеств $Z1$ и $Z2$), которая представляет собой организационную составляющую качества процессов производства. Координация дея-

тельности необходима для успешной реализации задач, а выполнение задачи включает использование конкретных технологий как средств преобразования исходных материалов в желаемый на выходе продукт. То есть целесообразно выделение технологической составляющей качества процессов производства. Следовательно, решение задачи (1) нельзя рассматривать без формирования соответствующих организационных и технологических механизмов (рис. 1).

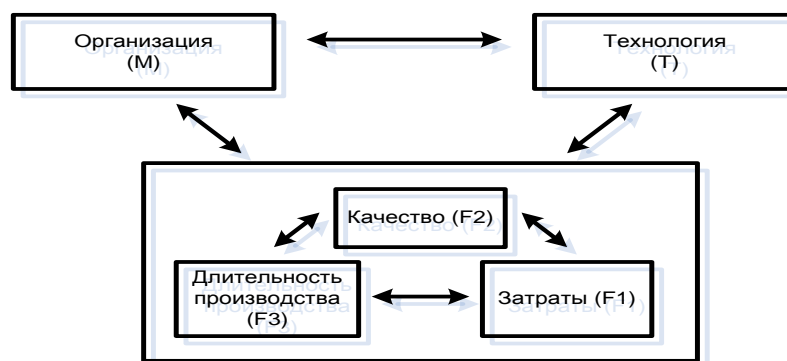


Рис. 1. Взаимосвязь пяти элементов улучшения качества производства.

Таким образом, в условиях инновационного развития предприятий для обеспечения их стабильного и непрерывного развития выбор инструментов управления качеством должен определяться конкретной ситуацией, определяемой факторами внешней и внутренней среды, и, как следствие, необходимо решать задачу интеграции пяти выделенных элементов улучшения качества производства.

Библиографический список

1. Кобаяси И. 20 ключей к совершенствованию бизнеса. Практическая программа революционных преобразований на предприятиях; пер. с япон. А.Н. Стерляжникова. М.: РИА «Стандарты и качество», 2006.
2. Сухорукова И.А. Проблема разработки комплексного инструментария управления качеством // Материалы 3-й международной научно-технической конференции «Менеджмент качества продукции и услуг» (27-28 апреля 2010 г., г. Брянск) / под ред. О.А. Горленко: в 2 т. Т. 2. Брянск: БГТУ, 2010.

Контактная информация:

(4912) 46-03-03

e-mail: rgrtu@rsreu.ru

ВЛИЯНИЕ РОСТА ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА

PRODUCTION EFFICIENCY INVESTMENT ACTIVITY GROWTH INFLUENCE

Ю.И. ФИРСОВ, студент

Graduate school of management, Испания, Барселона

Yu.I. FIRSOV, student

Graduate school of management, Spain, Barcelona

Аннотация:

В рыночном хозяйстве инвестиционный процесс реализуется посредством механизма инвестиционного рынка. Рост инвестиционной активности влияет на эффективность производства и предпринимательства, устранение дефицита инвестиционных ресурсов, где одним из главных показателей эффективности деятельности инвестиционных процессов, является индекс удовлетворенности инвесторов, характеризующийся множеством «инвестиционных» критериев.

Abstract

In a market economy investment process is realized by means of the mechanism of the investment market. Growth of investment activity influences production efficiency and businesses, elimination of deficiency of investment resources where one of the main parameters of efficiency of activity of investment processes, the index of satisfaction of the investors is, described set of “investment” criteria.

Ключевые слова: инвестиционный процесс, инвестиционные критерии, инвестиционные ресурсы, инвесторы.

Keywords: investment process, investment criteria, investment resources, investors.

В условиях рыночной экономики активная роль в региональном стратегическом развитии принадлежат инвестиционной политике, которая, как известно, включает в себя основные элементы: выбор источников и методов финансирования инвестиций; определение сроков реализации; выбор органов, ответственных за реализацию инвестиционной политики;

создание необходимой нормативно-правовой базы функционирования рынка инвестиций; создание благоприятного инвестиционного климата. Под инвестиционным климатом понимается среда, в которой протекают инвестиционные процессы [1]. Формируется инвестиционный климат под воздействием политических, экономических, юридических, социальных и других факторов, определяющих условия инвестиционной деятельности в регионе и предопределяющих степень риска инвестиций.

Оценки инвестиционного климата колеблются в широком диапазоне от благоприятного до неблагоприятного. Благоприятным считается климат, способствующий активной деятельности инвесторов, стимулирующий приток капитала. Неблагоприятный климат повышает риск для инвесторов, что ведет к утечке капитала и затуханию инвестиционной деятельности.

На региональном уровне инвестиционный климат проявляет себя через двухстороннее отношение предпринимательских структур, банков, профсоюзов и других субъектов хозяйственных отношений и региональных органов власти. Решению одной из важнейших проблем обеспечения экономического роста в регионе способствует поступательное повышение инвестиционной активности. Рост инвестиционной активности влияет на эффективность производства и предпринимательства, устранение дефицита инвестиционных ресурсов, то есть «инвестиционная активность и экономический рост взаимообусловлены» [3].

Для улучшения инвестиционного климата представляется целесообразным использовать следующие способы повышения инвестиционной привлекательности:

- анализ импорта и ввоза товаров из других регионов с целью выявления возможностей их производства в области;
- разработка так называемых программ “последующей опеки”, т.е. оказание всесторонней помощи иностранному инвестору: поиск поставщиков, потребителей, производственных помещений, предоставление информации о внутреннем и внешних рынках, строительство необходимых объектов инфраструктуры, направление национального капитала в связанные отрасли;
- повышение информированности потенциальных инвесторов о регионе через Интернет, ТПП, союзы предпринимателей других стран, прямую переписку с потенциальными инвесторами, участие в выставках за рубежом, инвестиционных форумах;
- продвижение отдельных инвестиционных проектов целевым группам инвесторов;
- анализ причин сокращения иностранного участия в отдельных отраслях и на отдельных предприятиях, совместный поиск решения проблемы [4].

Одним из главных показателей эффективности деятельности инвестиционных процессов, является индекс удовлетворенности инвесторов,

характеризующийся множеством «инвестиционных» критериев. Он представляет собой комплексные качественные и количественные оценки удовлетворенности частных и корпоративных инвесторов, основывается на регулярном стратегическом и сравнительном анализе данных по инвестиционному сектору экономики путем регулярного сбора данных по стране, осуществляемого независимыми организациями.

В инвестиционном бизнесе индекс удовлетворенности инвесторов рассчитывается в рамках международного проекта Evolution Invest, осуществляемого Экспертно-аналитической и информационно-рейтинговой компанией «ЮНИПРАВЭКС» [2].

Цель индекса удовлетворенности инвесторов состоит в дополнении количественных расчетов Федеральной службы государственной статистики и других государственных органов качественными параметрами инвестиционного сегмента рынка. Индекс удовлетворенности инвесторов помогает выявить новые тенденции (тренды) развития и возможные точки роста инвестиционных проектов путем их корректного сопоставления и рейтингования по специальной методике. Индекс удовлетворенности инвесторов помогает лучше ориентироваться на рынке инвестиционных предложений, принимать более взвешенные административно-управленческие решения, служит решающим критерием при оценке сравнении ожиданий инвесторов с реальными рисками. Важные факторы индекса удовлетворенности инвесторов, определяемые по многомерной шкале «затраты/выгоды», способствуют принятию оптимальных и продуманных решений при формировании инвестиционного портфеля.

Библиографический список

1. Винн Р., Холден К. Введение в эконометрический анализ. М.: Финансы и статистика, 1981.
2. Зимин В.А. Инвестиционная рулетка. Мистика финансовых рисков. М.: Вершина, 2006. 480 с.
3. www.aup.ru/articles/investment.
4. <http://www.marketologi.ru/publ.html>.

Контактная информация:

e-mail: cuiept@mail.ru

**ПРОБЛЕМА РАЗБАЛАНСИРОВАННОСТИ
РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ И РЫНКА ТРУДА
НА ПРИМЕРЕ КУРСКОЙ ОБЛАСТИ**

**PROBLEM OF THE EDUCATIONAL SERVICES MARKET
AND THE LABOR MARKET IMBALANCE
ON EXAMPLE OF THE KURSK AREA**

Р.С. ГОЛОВ, д.э.н.

Декан инженерно-экономического факультета им. В.Б. Родинова
МАТИ

С.Г. ЕМЕЛЬЯНОВ, д.т.н.

Ректор
Юго-Западный государственный университет

С.В. ИГНАТЬЕВ, к.т.н.

Доцент
Московский государственный университет приборостроения
и информатики

В.Ж. КУКЛИН, д.т.н.

Профессор
МАТИ

Н.Л. ПОНОМАРЕВ, к.х.н.

Профессор
Корпоративный университет «Лукойл»

В.А. ФРОЛОВ, д.т.н.

Ректор
МАТИ

R.S. GOLOV, Doctor of economic sci.

Dean of Faculty of Economy and Management in industry
n. a. V.B. Rodinov
МАТИ

S.G. EMELYANOV, Doctor of technical sci.

Rector
South-West State University

S.V. IGNATIEV, Cand. of technical sci.

Assistant professor

Moscow State University of Instrument Engineering and Computer Science

V.J. KUKLIN, Doctor of technical sci.

Full professor

MATI

N.L. PONOMAREV, Cand. of chemical sci.

Full professor

Corporative University «LUKOIL»

V.A. FROLOV, Doctor of technical sci.

Rector

MATI

Аннотация

В последние годы, в связи со структурными преобразованиями, обострилась проблема несоответствия имеющихся специальностей и уровней квалификации соискателей рабочих мест требованиям работодателей, а также дисбаланса между спросом и предложением рабочей силы на рынке труда. Авторы проводят исследование на примере Курской области.

Abstract

Last years, in connection with structural transformations, the problem of discrepancy of available specialities and skill levels of workplaces competitors to the employers requirements, and also a disbalance between labor supply and demand on a labor market has become aggravated. The authors make research on example of Kursk area.

Ключевые слова: рынок образовательных услуг, рынок труда, разбалансированность, спрос и предложение рабочей силы.

Key words: educational services market, labor market, imbalance, labor supply and demand.

Подготовка квалифицированных кадров и развитие человеческих ресурсов имеют ключевое значение для подъема экономики России и вхождения ее в мировое экономическое пространство. Рыночная экономика предъявляет повышенные требования к качеству рабочей силы, ее образо-

вательному, профессиональному и квалификационному уровню, росту ее социальной мобильности, профессионализму.

Обеспечение сбалансированности спроса и предложения рабочей силы является важнейшей задачей государственной политики занятости, и один из основных механизмов решения этой проблемы – взаимодействие системы профессионального образования с рынком труда.

Социально-экономическое развитие региона немислимо без стратегического управления и в этой связи в Курской области разработана стратегия социально-экономического развития до 2020 года. Особый интерес вызывает исследование воспроизводства и формирования рабочей силы общества, поскольку именно благодаря осуществлению этих процессов развивается и применяется его трудовой потенциал – главный источник социально-экономического и научно-технического прогресса.

Упреждающее управление процессами воспроизводства рабочей силы и применения труда современного общества – это целенаправленное постоянное воздействие со стороны государства и общества на эти процессы для достижения стратегических целей и результатов, связанных с созданием наиболее благоприятных условий жизнедеятельности человека и возможно более полным раскрытием его творчески созидательного потенциала.

Главным в современном управлении является повышенное внимание к человеческому фактору, к его развитию и образованию. Требования к подготовке специалиста формулируются вне системы образования. Они исходят из общих экономических и общественных целей государства. Умение упреждать потребности рынка труда – одно из важнейших условий успешности функционирования и развития высшего профессионального образования. Требование к специалисту, содержанию и процессу его подготовки должны носить опережающий характер по сравнению со сложившейся теорией и практикой.

Рынок образовательных услуг – совокупность осуществляемых гражданами и образовательными организациями актов возмездного оказания образовательных услуг разных образовательных уровней, видов и форм. Рынок образовательных услуг можно определить также как систему отношений, складывающуюся между потребителями и заказчиками образовательных услуг; формирующую предложение специфического интеллектуального товара и обеспечивающую воспроизводство квалифицированных трудовых ресурсов.

В свою очередь, рынок труда представляет собой сложную систему общественных отношений, складывающуюся между работодателями и наемными работниками, формирует предложение специфического товара, а также обеспечивает воспроизводство ресурсов труда и их эффективное использование (рис. 1).



Рис. 1. Взаимосвязь рынка труда и рынка высшего образования.

Высшее образование тесным образом связано с конкурентоспособностью. Оно должно создавать «качественные человеческие ресурсы», которые в соединении с «физическими ресурсами» позволяют решать стоящие перед страной социально-экономические задачи.

Научно-техническая революция, превратившаяся в непрерывный процесс уже во второй половине XX века, органически связанный с нею процесс трансформации индустриального общества в информационное, нарастание глобализации экономики, обострение экономического кризиса в мировом масштабе – все эти процессы, отличающиеся глубиной и масштабностью, носящие многоуровневый характер, являются предметом специальных научных исследований.

Формирование и развитие трудового потенциала общества в период радикальных рыночных реформ в наибольшей степени испытало на себе разрушительные последствия системного социально-экономического кризиса. Снижение уровня валового внутреннего продукта, валового накопления основного капитала, снижение инвестиций в обновление основных производственных фондов, в реальный сектор экономики, деиндустриализация промышленности, сельского хозяйства, строительства, транспорта – все это отрицательно повлияло на воспроизводство трудового потенциала и послужило невостребованностью подавляющего большинства его квалифицированных кадров.

Одним из существенных факторов, воздействующих на состояние системы образования, являются процессы демографических изменений. Это вызывает необходимость принятия ряда опережающих мер по сохранению потенциала системы образования. Эти меры должны быть дифференцированы по отношению к различным уровням образования и регионам Российской Федерации.

Главная цель проектирования опережающих квалификационных требований – обеспечение соответствия между изменениями личностных, общественных потребностей и перспективами развития науки, техники, экономики, культуры и отражением их в целях и содержании подготовки.

Проблемами демографического кризиса в Российской Федерации занимается ряд ученых, среди них А. Вишневский. В своих работах он отмечает, что Россия вступает в новый, самый опасный этап демографического кризиса. Это уже третья «поворотная точка» с момента возникновения кризиса. Первая «поворотная точка» была в 1964 г., когда падение неттокоэффициента воспроизводства населения России стало ниже линии замещения поколений. Вторая поворотная точка произошла в 1992 году, которую он именуется появлением «Русского креста», когда число умирающих и рождающихся сравнялось (рис. 2).

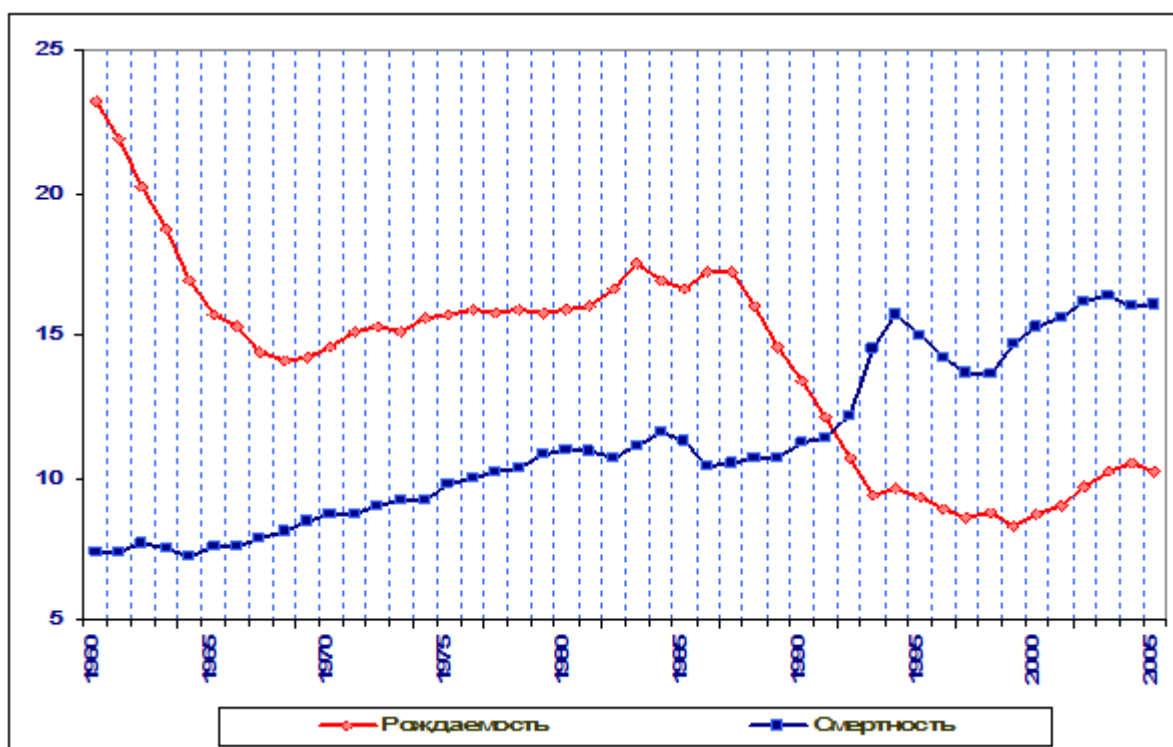


Рис. 2. «Русский крест» 1992 г. в Российской Федерации.

Нами проанализированы демографические процессы на примере в Курской области и выявлена та же тенденция, только «поворотная точка» в области была в 1989 г. (рис. 3). Вследствие падения рождаемости и увеличения смертности в структуре численности населения стала существенно

сокращаться доля населения в возрасте моложе трудоспособного, а также произошло замедление, в сравнении с общемировой тенденцией, увеличение доли лиц старше трудоспособного возраста. При этом доля лиц в трудоспособном возрасте возросла.

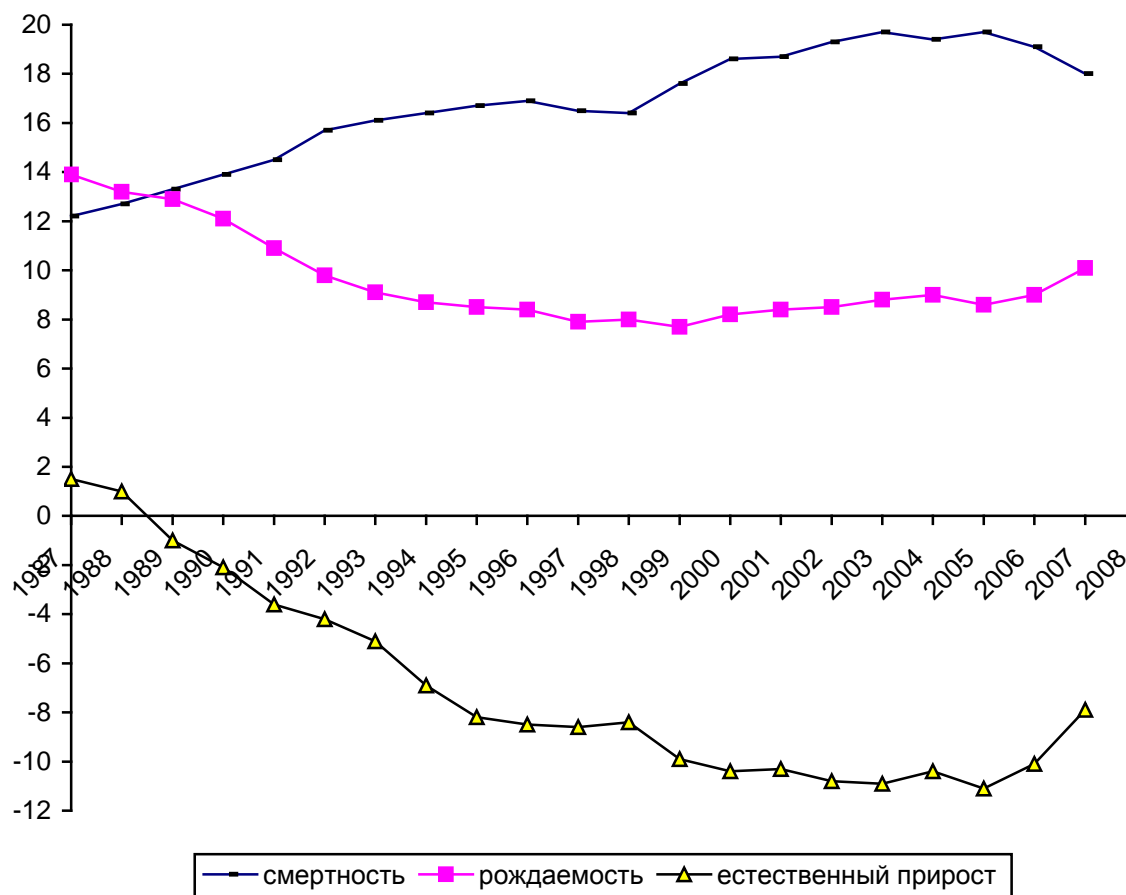


Рис 3. Общие показатели рождаемости и смертности (на 1000 человек) с 1987 по 2008 гг. – «Русский крест» 1989г. в Курской области.

Но это текущая выгода для экономики страны в настоящее время имеет место за счет потерь трудового потенциала общества в будущем, когда сокращение доли лиц моложе трудового возраста отрицательно скажется на общей численности лиц в трудоспособном возрасте по прошествии 10-15 лет. В настоящее время на рис. 3 видна тенденция численности смертности и рождаемости к появлению в Курской области второго «Русского креста».

За годы реформ трудовой потенциал не только сократился количественно, но и ухудшились его качественные характеристики, а также на порядок снизилась его востребованность в общественном воспроизводстве: доля безработных растет.

Сильно изменилась структура занятых в экономике по видам деятельности: доля занятых в промышленности, в науке и научном обслуживании, в сельском хозяйстве сократилась, а увеличилась – значительно в

управлении, в финансах, кредите, страховании, образовании и других сферах услуг. Как видно из данных, представленных на рис. 4, более половины занятых в Курской области приходится на торговлю и сервис (22%), сельское хозяйство (23%) и обрабатывающую промышленность (14%).

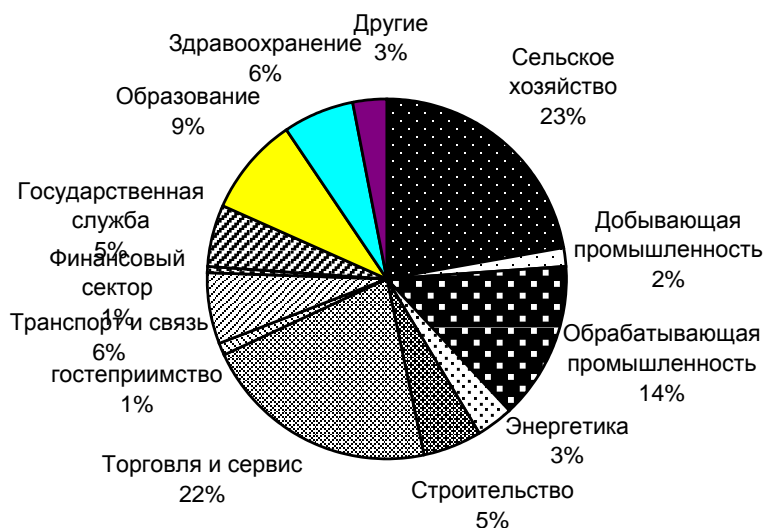


Рис. 4. Структура рынка труда в Курской области в 2008 г.

В целом же, структурные изменения занятости в отраслевом разрезе за период 1987-2008 гг. свидетельствуют о перемещении работников из сферы квалифицированного труда в сферы менее квалифицированного труда, что находится в явном противоречии с тенденцией развития в мировой экономике научно-технической революции, с объективно обусловленной специализацией России на науке, образовании и наукоемких технологиях, а также с необходимостью возможно более полного и эффективного использования квалифицированных кадров страны в качестве главного условия ее эффективного и устойчивого экономического роста.

Примечательно, что в условиях падающей востребованности лиц квалифицированного труда в России за годы радикальных рыночных реформ, и, соответственно, вопреки запросам рынка труда, где больше спрос на различные виды малоквалифицированного труда и с уровнем оплаты более высоким, чем у квалифицированных работников, у населения растет тяга к высшему образованию. Доля лиц с высшим образованием в структуре занятости неуклонно растет. Но эта прогрессивная тенденция омрачена значительной деформацией структуры подготавливаемых кадров: излишне велика доля экономистов, особенно по специальности «финансы и кре-

дит», и юристов; неоправданно снизилась доля инженеров и специалистов в естественных областях знания (рис. 5).

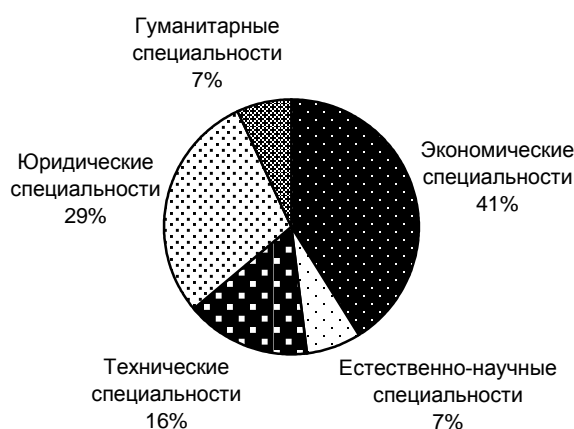


Рис. 5. Структура выпуска специалистов в Курской области в 2008 г.

Важной особенностью активной политики занятости является акцент на профессиональную ориентацию и профобучение как средство развития человеческих ресурсов на протяжении всего периода трудовой деятельности.

В последние годы, в связи со структурными преобразованиями, обострилась проблема несоответствия имеющихся профессий (специальностей) и уровней квалификации не только молодых специалистов, но и других категорий соискателей рабочих мест требованиям работодателей, а также дисбаланса между спросом и предложением рабочей силы на рынке труда.

Спрос рабочей силы на рынке труда (спрос на специалистов) характеризуется тем количеством специалистов, которые могут быть трудоустроены при существующих социально-экономических условиях.

Предложение рабочей силы (предложение специалистов) характеризуется выпуском специалистов на рынок труда.

О величине спроса экономики можно судить на основе статистических материалов о распределении специалистов, окончивших дневные отделения вузов и получивших направления на работу или в соответствии с заключенными договорами от вуза, или по заказам работодателей, или самостоятельно устроившихся на работу (рис. 6.).

Как показывают статистические данные, в настоящее время возникло противоречие между потребностями рынка труда в рабочих и специалистах определенных видов деятельности и перепроизводством специалистов, в которых экономика регионов не нуждается или уже удовлетворила спрос.

Специалисты [1, 2] утверждают, что данная ситуация имеет длительный характер и система профессионального образования в ближайшее время не сможет самостоятельно вернуться в прежнее состояние, когда она функционировала в условиях плановой экономики, поэтому требуются новые механизмы ее взаимодействия с рынком труда.

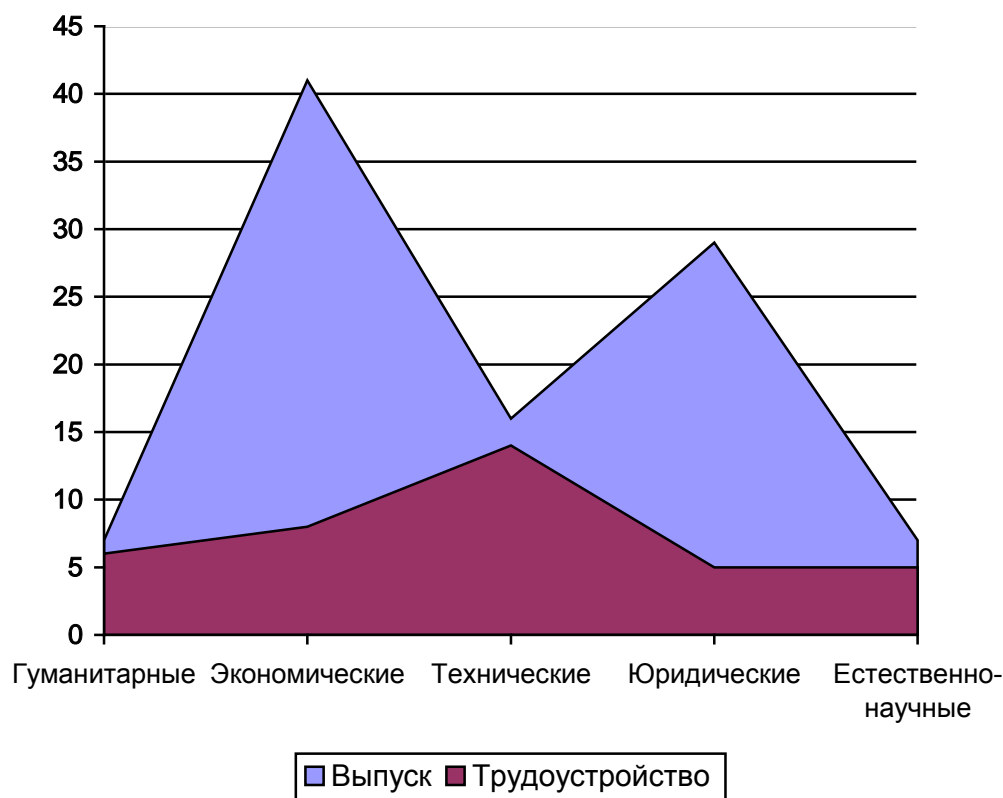


Рис. 6. Соотношение выпуска студентов по специальностям и занятости выпускников ВПО.

Несовпадение рейтинга популярности специальностей с распределением гарантированного трудоустройства свидетельствует о том, что абитуриенты при выборе вуза мало учитывают фактор последующего трудоустройства. Это может повлечь социальные последствия, придется заниматься профпереподготовкой выпускников вузов, то есть тратить на них еще государственные деньги сверх потраченных на обучение в вузе из госбюджета.

Специфика профориентации для системы высшего образования такова, что необходимо ориентироваться не на нынешнюю профессиональную структуру общества, а на ту, что сложится через 5-8 лет. Методики прогнозирования профориентации будущих специалистов пока не разработаны, и прогнозы на длительный срок не будут иметь высокую достоверность.

Надо обосновать переориентацию целевых установок экономических реформ от доли рыночного либерализма, монетаризма и глобализма на со-

здание наиболее благоприятных условий для воспроизводства и применения трудового потенциала общества.

Необходимо построить смешанную или интегрированную экономику, соединяющую в себе наилучшие свойства как рыночно-капиталистического, так и планово-распределительного хозяйствования вокруг стержня национально государственных интересов, с учетом ресурсного потенциала страны, ее исторических традиций и геополитического положения. Создание интегрированной экономики предполагает опору на внутренние источники воспроизводства трудового потенциала, на изменение структуры подготовки на рынок труда. Главной целью воспроизводства трудового потенциала общества является его формирование и развитие в направлении возможно более полного раскрытия и эффективного применения творчески-созидательного потенциала человеческой индивидуальности.

Необходимо определить возможные источники ресурсного обеспечения государством воспроизводства трудового потенциала общества. Для национальной экономики важно стремиться не только к оптимальному соотношению денежной и товарной массы (валового внутреннего продукта), денежной массы и имеющихся производственных мощностей, но и к оптимальному соотношению денежной массы и трудового потенциала общества.

Библиографический список

1. Вертакова Ю.В., Полякова Т.Н. Региональный рынок социально значимых услуг: формирование и регулирование: монография. Курск: Гос. техн. ун-т, 2005. 150 с.

2. Вертакова Ю.В. Индикативное планирование воспроизводственных пропорций устойчивого развития экономики региона (эмпирико-статистический подход): монография. М.: Высшая школа, 2005. 240 с.

Контактная информация:

e-mail: post@mati.ru

e-mail: rector@swsu.ru

e-mail: s.ignatiev@mail.ru

e-mail: lukich100@mail.ru

e-mail: post@mati.ru

Научное издание

**НАУЧНЫЕ ТРУДЫ
ВОЛЬНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО
ОБЩЕСТВА РОССИИ**

Том сто пятьдесят пятый

Москва 2011

Над выпуском работала

М.В. Зеленова

Издание осуществляется Вольным экономическим обществом
России – 125009, Москва, ул. Тверская, 22А

Свидетельство о регистрации СМИ – ПИ № 77-3786 от 20.06.2000 г.
Лицензия на издательскую деятельность – ИД № 01775 от 11.05.2000 г.

© Вольное экономическое общество России, 2011

© ФГБОУ ВПО «МАТИ – Российский государственный технологический университет
имени К.Э. Циолковского», 2011

ISBN 978-5-94160-135-6

ISSN 2072-2060

Отпечатано ООО «Интерюнители»

Тираж 1000 экз.