# ВЕСТНИК

ПОВОЛЖСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА СЕРВИСА

## ЭКОНОМИКА

№ 6 (20) 2011




ТОЛЬЯТТИ

**В ПОВОЛЖСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ СЕРВИСА РАБОТАЮТ ДИССЕРТАЦИОННЫЕ СОВЕТЫ, В КОТОРЫХ ПРОВОДИТСЯ АТТЕСТАЦИЯ НАУЧНЫХ И НАУЧНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ КАДРОВ ПО ЗАЩИТЕ ДОКТОРСКИХ И КАНДИДАТСКИХ ДИССЕРТАЦИЙ.**

**Диссертационный совет Д 212.331.01** принимает к защите докторские и кандидатские диссертации по специальности
**08.00.05 – «Экономика и управление народным хозяйством»**
в рамках следующих областей исследования:
**экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – сфера услуг;**
**региональная экономика.**

**Объединенный диссертационный совет ДМ 212.242.12**
**при Саратовском государственном техническом университете**
**и Поволжском государственном университете сервиса**
принимает к защите докторские и кандидатские диссертации по специальности
**24.00.01 – «Теория и история культуры»**
в рамках следующих областей исследования:
**культурология, философские науки, исторические науки**



**Адрес: 445677, г. Тольятти, ул. Гагарина, 4**
**тел. (8482) 28-52-53, e-mail: dissovet@tolgas.ru**

# Уважаемые авторы и читатели нашего журнала!

Завершается юбилейный для нашего университета 2011 год. С уверенностью можно сказать, что нам многое удалось в образовательной, научной и издательской деятельности.

В течение года в «Вестнике...» опубликовано 167 научных статей авторов из 26 городов. Обширная география, интересные и глубокие исследования делают журнал носителем мыслей различных научных школ.

Наступает новый 2012 год, несущий новое Время. Минуты, часы, дни этого времени в определенном смысле - конструкция, созидаемая каждым из нас по отдельности и совокупно. Позвольте выразить уверенность, что наши новые общие дела, дискуссии о новых проектах, профессиональные встречи создадут образ 2012 года как года побед, успехов и творчества!

От всей души поздравляю вас с наступающими праздниками Нового года и Светлого Рождества Христова! Примите самые искренние пожелания ярких профессиональных успехов, новых побед и достижений, крепкого здоровья, радости и счастья, мира и благополучия! Выражаю искреннюю надежду на продолжение доброго взаимовыгодного сотрудничества!

Ректор университета,
главный редактор,
д.э.н., профессор Л. И. Ерохина



*Вологда*
*Воткинск*
*Донецк*
*Йошкар-Ола*
*Казань*
*Краснодар*
*Люберцы*
*Москва*
*Нижний Новгород*
*Омск*
*Пермь*
*Самара*
*Санкт-Петербург*
*Саранск*
*Саратов*
*Смоленск*
*Сочи*
*Ставрополь*
*Тверь*
*Тольятти*
*Ульяновск*
*Уфа*
*Хабаровск*
*Чебоксары*
*Челябинск*
*Шахты*



# ВЕСТНИК
## ПОВОЛЖСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА СЕРВИСА.
## СЕРИЯ ЭКОНОМИКА

**№ 6 (20) – 2011 декабрь**

Журнал основан в 1995 г.
Выходит 6 раз в год
**Журнал включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук (редакция февраль 2010 г.)**

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



**Редакционная коллегия:**
д.э.н., проф. Л. И. ЕРОХИНА – главный редактор
д.э.н., проф. Е. В. БАШМАЧНИКОВА – зам. главного редактора
**Члены редакционной коллегии:**
д.э.н. С. А. Андреев
д.э.н. О. И. Васильчук
д.э.н. А. О. Блинов
д.э.н. Ш. З. Валиев
д.э.н. О. М. Горелик
д.э.н. А. П. Горина
д.э.н. Г. М. Кулапина
д.э.н. В. И. Макарова
д.э.н. А. А. Нечитайло
д.э.н. В. М. Рябов
д.т.н. А. Ч. Эркенов
д.э.н. В. В. Янов
Ответственный секретарь С. В. Майорова

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



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

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

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

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

Подписано в печать 20.12.2011.
Формат 60x80 1/8. Печать трафаретная.
Усл. печ. л. 24,25. Тираж 1000 экз. Заказ 45/02.



© Поволжский государственный университет сервиса, 2011

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

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


# СОДЕРЖАНИЕ

## УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ


*Савруков Алексей Николаевич* 8
МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОНИТОРИНГА СИСТЕМЫ ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ
*Разработан алгоритм проведения мониторинга системы ипотечного жилищного кредитования, учитывающий двусторонний характер его реализации и включающий в себя детальную характеристику основных этапов его осуществления. Предложена также система индикаторов, используемые для проведения оценки развития системы ипотечного кредитования.*


## РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ


*Горелик Ольга Михайловна* 13
ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ
*Рассматриваются актуальные вопросы инвестиционных решений в человеческий капитал – в отношении профессионального образования, дан анализ существующих методик расчета эффективности затрат на образование, предложен алгоритм определения эффективности профессионального образования.*

*Гутюк Елена Назировна* 21
ФАКТОРЫ РОСТА РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ
*Отражены основные факторы роста рынка интеллектуальных услуг. Представлены сравнительные данные по изменениям, происходящим на данном рынке в целом по России и по Самарскому региону в частности. Особое внимание уделяется такой специфике данного рынка, как предоставление интеллектуальных услуг виртуальными организациями.*

*Давыдович Анна Рудольфовна* 28
МЕТОДИКА ОЦЕНКИ СОЦИАЛЬНОЙ ЗНАЧИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ, ПРЕТЕНДУЮЩИХ НА ГОСУДАРСТВЕННУЮ ЦЕЛЕВУЮ ПОДДЕРЖКУ БИЗНЕСА
*Рассмотрена система оценки социальной значимости предприятий питания, претендующих на государственную целевую поддержку бизнеса. Предложена система взаимосвязанных показателей (количество посадочных мест, классность, площадь, численность работающих, анализ основной деятельности), совокупность которых позволит определить агрегированный показатель, отражающий приоритет претендента на государственную поддержку.*

*Кандрашина Елена Александровна* 32
ИССЛЕДОВАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК РЕГИОНА
*Актуальность рассмотрения проблемы разграничения понятий и определений, выяснение сущностного содержания некоторых экономических категорий обусловливаются возросшей ролью регионального управления, становлением местного самоуправления, влиянием территориальных организаций на социально-экономическое развитие территорий.*

*Кузнецова Ольга Вячеславовна* 36
ОЦЕНКА МИГРАЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ РОССИИ (НА МАТЕРИАЛАХ ПО ГОРОДУ САМАРЕ)
*Представлен анализ потенциальной внутренней миграции Самарской области с точки зрения выбытия. На примере Самары анализируются данные опроса жителей на предмет миграционных предпочтений и их причин. Также анализируются факторы миграционной привлекательности региона для разных социальных групп. Делаются выводы о влиянии выталкивающих и притягивающих факторов миграции на решение о смене места жительства.*

*Нечитайло Александр Анатольевич* 44
*Нечитайло Сергей Александрович*
ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФОРМА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА
*Предлагается один из возможных вариантов развития системы предпринимательства в высшем образовании. Обоснован один из способов увеличения сегмента и доходов вуза на рынке образовательных услуг – образовательный франчайзинг. Предложены определения по отношению к образовательному франчайзингу: вузовский франчайзинг, франшиза, роялти. Проводится аналогия достоинств и недостатков между образовательным и предпринимательским франчайзингом.*

*Руденко Александр Алексеевич* 49
АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ
*Рассматриваются содержание, объекты, алгоритм анализа и оценка эффективности ресурсного обеспечения предпринимательской деятельности в долгосрочной перспективе. Структурирована взаимосвязь аналитических задач и видов управленческих решений.*

*Рябов Валентин Михайлович* 54
ФОРМЫ И МЕХАНИЗМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И БИЗНЕС-СТРУКТУР РЕГИОНА
*Рассмотрен актуальный вопрос эффективного взаимодействия органов власти и бизнес-структур региона на основе совершенствования контрольной функции. Обозначены формы и механизмы взаимодействия. Проводится анализ методических и нормативных правовых документов, регламентирующих проведение внешнего финансового контроля в деятельности предприятий.*

*Старчикова Наталья Глебовна* 59
ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ГОСТИНИЦЫ
*Перечисляются наиболее перспективные виды туризма на мировом туристском рынке, задачи финансового планирования, вопросы на которые дает ответы бюджет гостиницы, а также основные разделы бюджета гостиницы. Рассматриваются основные затраты гостиницы, приводится важнейший показатель эффективности инвестиций в проект, предлагаются способы увеличения прибыли для гостиницы.*

*Тюрина Наталья Сергеевна* 64
*Кузнецова Инна Викторовна*
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЛИЧНЫХ ПОДСОБНЫХ ХОЗЯЙСТВ С УЧЕТОМ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ РЕСУРСОВ
*Проводится сравнительная оценка расчетных и фактических показателей производственной деятельности личных подсобных хозяйств, отклонение которых позволяет найти резервы производственной деятельности отдельных хозяйств населения Саратовской области. Обследование конкретных условий личных подсобных хозяйств позволило выделить несколько вариантов сочетания производственных ресурсов, найти наиболее оптимальный и сформулировать рекомендации по интенсивному развитию производственной деятельности личных подсобных хозяйств Саратовского региона.*

## РЕГИОНАЛЬНАЯ СФЕРА УСЛУГ: ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

*Аппанова Юлия Эдуардовна* 68
РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ: МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ
*Рассмотрены и охарактеризованы существующие подходы к оценке управления. Выявлена значимость системного подхода в целях оценки управления ресурсным обеспечением сферы услуг, предложены направления оценки ресурсного обеспечения предприятий сферы услуг.*

*Баканкова Елена Михайловна* 74
ИНСТРУМЕНТАРИЙ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ
*Рассматриваются основные инструменты создания имиджа предприятия сферы услуг, описаны процесс и этапы его формирования. В настоящее время, в условиях быстро изменяющегося, постоянно развивающегося социума, ключевым фактором формирования имиджа предприятия является степень его соответствия миссии, целям, задачам, требованиям общества.*

*Грашин Сергей Александрович* 78
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ УСЛУГ
*Рассматриваются специфика и своеобразие предприятий региональной сферы услуг изнутри, процесс оказания услуг с использованием прогрессивных форм разделения и кооперации труда, рационализации рабочих мест, обеспечения благоприятных условий труда, разработки эффективных систем оплаты труда, формирования должной инфраструктуры предприятия, затрагиваются вопросы актуализации проблем в процессе территориального программирования.*

*Ерохина Лидия Ивановна* 81
*Ковтуненко Анна Викторовна*
МЕТОДИКА ОЦЕНКИ СРЕДЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ
*Предложена методика оценки среды формирования стратегической конкурентоспособности предприятий сферы услуг, состав которой обусловлен необходимостью анализа различных конкурентных уровней, в которых предприятие осуществляет хозяйственную деятельность, для принятия эффективных стратегических управленческих решений.*

*Колодина Ольга Николаевна* 88
РАЗРАБОТКА ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ
*Определено понятие ресурсов предприятия, представлена их таксономия по ряду признаков и предложена методика их выявления и оценки на основании устойчивых комбинаций ресурсов, формируемых на базе основных и вспомогательных процессов в логике создании ценности предприятия. Представлено несколько направлений регулирования параметров ресурсных потоков и трансформации посредством соответствующих методов.*

*Савина Татьяна Владимировна* 94
СПЕЦИФИКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ДЛЯ АНАЛИЗА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ САМАРСКОГО РЕГИОНА
*Дается характеристика применения экономико-математических моделей (и их типов) в процессе анализа и оценки развития регионального рынка информационных продуктов и услуг. Особое внимание уделяется экономическим моделям в контексте формирования информационного рынка.*

*Тимофеев Дмитрий Владимирович* 98
УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ПОСЛЕПРОДАЖНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ
*Рассмотрены особенности управления процессом предоставления услуги по послепродажному обслуживанию погрузочно-разгрузочной техники.*

*Тюрина Светлана Александровна* 106
ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ПО ПРОГРАММЕ ДВОЙНЫХ ДИПЛОМОВ
*Представлена количественная характеристика распространения ПДД в России. Предложен алгоритм организации процесса предоставления образовательных услуг по программам двойных дипломов, разработанный на основе опыта реализации параллельного высшего профессионального образования по программе бакалавриата профессионального стандарта «Информатика и информационные технологии» Русенского университета «Ангел Кънчев», Русе, Болгария, в Поволжском государственном университете сервиса.*

*Филатова Вера Александровна* 111
ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ
И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ
*Важную роль в антикризисном управлении играет разработка стратегии. Сформированы основные подходы к понятию «стратегия антикризисного управления». Стратегические цели, которые определяются исходя из миссии предприятия, конкретизируют либо новые, либо существующие потенциалы его успеха.*

## УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

*Кукина Светлана Дмитриевна* 119
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ
*Рассматриваются методологические аспекты и практический опыт реализации положений в области оценки эффективности управления персоналом предприятий г. о. Тольятти в современных условиях.*

*Логинова Юлианна Сергеевна* 124
АТТЕСТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
*Анализируется процедура аттестации труда персонала отечественных промышленных предприятий. Рассматриваются результаты проведенных российскими экономистами исследований по проблемам, связанным с системой оценки труда. Приводятся различные подходы к аттестации труда персонала, ее важнейшие функции и основные этапы.*

## ИНВЕСТИЦИИ И ИННОВАЦИИ

*Остроухова Валентина Александровна* 128
ВЛИЯНИЕ ОПЕРАЦИОННЫХ ЗАТРАТ НА ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ХИМИЧЕСКОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ
*Проведено исследование влияния операционных затрат на показатели эффективности инвестиционной деятельности предприятия химической промышленности и разработаны основные рекомендации, направленные на формирование оптимальной структуры операционных затрат, а также увеличение чистого дохода от реализации инвестиционной деятельности.*

*Сергеев Николай Никифорович* 137
ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
*Энергосбережение рассматривается как составляющая часть инновационного развития предприятия. Представлена методика выбора альтернативных проектов энергосбережения с учетом их влияния на инновационный потенциал промышленного предприятия.*

## ПРЕДПРИЯТИЯ

*Верещагина Людмила Сергеевна* 141
О СУЩНОСТИ РЕЗЕРВОВ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-
ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ
ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ
*Представлен процесс формирования теоретических знаний о резервах и факторах развития организационно-экономического механизма управления промышленным предприятием, проводится сравнительный анализ подходов российских ученых-экономистов к определению содержания и природы данной экономической категории.*

*Чувашов Николай Александрович* 146
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ КАК РЕЗУЛЬТАТ ПРОИЗВОДСТВЕННО-
ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ
НА УКЛАД РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА
*Очевидно, что увеличение производительности одна из самых важных задач, стоящих перед государством, поскольку от данного аспекта зависят показатели эффективности экономики страны в целом, так же как и от менеджеров компании зависит производительность небольшой организации.*

## ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ

*Угрюмова Наталья Викторовна* 152
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ОСНОВЕ ОПИСАНИЯ И ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ
*Рассматривается актуальная проблема использования процессного подхода к управлению на российских предприятиях. Рассмотрены процессные технологии управления для совершенствования деятельности предприятия. Предложен разработанный автором алгоритм описания бизнес-процессов при реализации реинжиниринга.*

## МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ

*Воловиков Борис Петрович* 156
ФОРМИРОВАНИЕ ОПТИМАЛЬНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ
*Рассказывается об оптимизации процесса выбора маркетинговой стратегии промышленного предприятия. Учет инновационной составляющей позволяет скорректировать программу стратегических действий, направленных на реализацию маркетинговых планов продвижения на рынок продукции предприятия и сформировать оптимальный производственный план. Применение комплексного критерия оптимизации позволяет учесть риски, связанные с продвижением инновационной продукции, и показатели маркетинговой привлекательности целевых сегментов.*

*Колущинская Оксана Юрьевна* 162
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЙ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ СВЯЗИ
*Предложены различные варианты создания системы маркетинговых коммуникаций на примере промышленного предприятия отрасли связи, изложены основные подходы к построению маркетинговых каналов. Большое внимание уделено формированию стратегии маркетинговых коммуникаций и тактике ее реализации.*

## МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ

*Шлегель Олег Александрович* 168
*Любивая Татьяна Геннадьевна*
МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПЛАНИРОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
*Планирование использования ресурсов определяет деятельность учреждений высшего профессионального образования. Для моделирования задач рационального использования ресурсов возможно применение метода линейного программирования, позволяющего найти вариант эффективного распределения материальных, финансовых, учебных и кадровых ресурсов образовательного учреждения.*

## ДИСКУССИИ И ОБСУЖДЕНИЯ

*Дубовиков Александр Маратович* 172
ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ РАЦИОНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ НА МЕСТАХ (НА ПРИМЕРЕ ОПЫТА ИЗ ПРОШЛОГО ОДНОГО ИЗ РЕГИОНОВ ЮЖНОГО УРАЛА)
*Показаны в общих чертах особенности экономики Уральского казачьего войска второй половины XIX века за исключением промышленности и торговли. Освещены вопросы специфики климата и географического положения, а также обусловленные этими факторами особенности рыболовства, животноводства, выращивания зерновых культур, садоводства, бахчеводства и огородничества. Показана уникальность хозяйственных особенностей Уральского казачьего войска.*

## ТОЧКА ЗРЕНИЯ

*Полякова Татьяна Валериевна* 176
МОДЕЛЬ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СФЕРЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ РЕГИОНА
*Рассматриваются особенности конкурентной среды в сфере образовательных услуг региона, сформулированы цель, принципы и задачи обеспечения конкурентоспособности сферы образовательных услуг региона, предложены направления образовательных услуг региона.*

**СОДЕРЖАНИЕ ВЫПУСКА НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ** 180

**Содержание журнала «Вестник ПВГУС. Серия «Экономика» за 2011 г.** 185

## МАКРОУРОВЕНЬ

## УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ

УДК 336.77
***А. Н. Савруков****
**Савруков Алексей Николаевич, кандидат экономических наук, доцент*
*Санкт-Петербургский государственный политехнический университет, г. Санкт-Петербург*
savrukov_a@mail.ru

# МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОНИТОРИНГА СИСТЕМЫ ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ

*Ключевые слова: ипотека, методика, мониторинг, индикатор, алгоритм.*

*Разработан алгоритм проведения мониторинга системы ипотечного жилищного кредитования, учитывающий двусторонний характер его реализации и включающий в себя детальную характеристику основных этапов его осуществления. Предложена также система индикаторов, используемые для проведения оценки развития системы ипотечного кредитования.*

Оценка перспектив и формулирование направлений развития системы ипотечного жилищного кредитования невозможны без всестороннего анализа и оценки данного механизма в динамике на основе научно обоснованных и внедренных в практику методических разработок в данной области, использующих методы наблюдения и мониторинга.

Отдельные аспекты возможных путей анализа системы ипотечного жилищного кредитования раскрыты в работах В. А. Аверченко [1], С. С. Колобова [2], С. И. Круглика [3], И. А. Разумовой [4]. Изучение представленных в экономической литературе разработок в интересующей нас сфере научных исследований показало, что на данный момент в российской науке и практике отсутствует комплексная система мониторинга механизма ипотечного жилищного кредитования.

Учитывая отсутствие единого комплексного подхода к анализу показателей развития системы ипотечного жилищного кредитования на федеральном и региональном уровнях, предлагается реализовать механизм наблюдения за динамикой развития ипотечного рынка в целях повышения обоснованности разрабатываемых рекомендаций по совершенствованию применяемых методов государственного регулирования через систему мониторинга и оценки исследуемой системы.

В рамках решения данной проблемы разработан алгоритм проведения мониторинга системы ипотечного жилищного кредитования, учитывающий двусторонний характер его реализации и включающий в себя детальную характеристику основных этапов его осуществления, разработанную систему индикаторов. Внедрение данного алгоритма позволит органам власти своевременно влиять на процесс формирования и развития системы ипотечного жилищного кредитования в РФ.

Разработанная комплексная методика мониторинга эффективности функционирования системы ипотечного жилищного кредитования включает в себя цели, задачи, технологию и индикаторы оценивания.

Под *мониторингом* системы ипотечного жилищного кредитования понимается процесс сбора информации, отражающей состояние рынка жилья и ипотеки, составляющий основу механизма обратных связей, позволяющий государству оценивать эффективность методов государственного регулирования системы и своевременно осуществлять корректирующие воздействия с целью достижения непрерывного состояния развития.

Основной целью мониторинга механизма ипотечного жилищного кредитования является управление изменениями, возникающими в связи с отклонениями от намеченной стратегической цели развития этой системы.

Предметом мониторинга является процесс ипотечного кредитования, который находится в состоянии изменчивости, подвижности, динамичности и требует управляемых

воздействий со стороны субъекта мониторинга, а объектом – система, обеспечивающая исследуемый процесс.

В качестве субъекта мониторинга выступают государственные органы, осуществляющие регулирование ипотечной системы.

Научное обоснование, разработка и внедрение алгоритма эффективного мониторинга системы ипотечного жилищного кредитования, на наш взгляд, сводится к решению следующих задач:

1) определение массива данных, обусловливающих проведение объективной и точной оценки исследуемого механизма;

2) разработка системы сбора и обработки первичной и вторичной информации;

3) определение периодичности сбора данных;

4) разработка показателей, факторов и индикаторов динамики развития системы с целью получение достоверной и объективной информации об уровне развития ипотечного жилищного кредитования;

5) оценка и системный анализ получаемой информации, а также обеспечение в установленном порядке органов управления, кредитных организаций, граждан информацией, полученной при осуществлении мониторинга;

6) интерпретация результатов мониторинга ипотечного рынка;

7) разработка прогнозов развития и рекомендаций, направленных на преодоление негативных и поддержку позитивных тенденций, доведение их до сведения соответствующих органов управления и власти.

Организация мониторинга должна обеспечивать возможность оценки показателей, характеризующих состояние системы ипотечного жилищного кредитования, на основе набора измеряемых параметров. В качестве формализованных показателей мониторинга следует использовать перечень целевых индикаторов и контрольных показателей решения задач.

Предложенная схема мониторинга системы ипотечного жилищного кредитования включает в себя восемь этапов, рассмотрим основные их них (рис. 1).

На *первом этапе* мониторинга конкретизируют цель, задачи и определяютс возможные направления выполнения цели, а именно:

1) анализ состояния жилищного строительства и ипотечного рынка;

2) оценка качества жилья и предоставляемых услуг по ипотечному кредитованию;

3) оценка сфер, в которых требуется государственное вмешательство;

4) определение резервов снижения себестоимости строительства и повышения доступности ипотечных жилищных кредитов;

5) обеспечение данных, которые важны при принятии управленческих решений в рамках реализации государственных программ обеспечения жильем отдельных категорий граждан (например, как распределить ограниченные ресурсы, чтобы получить наилучшие результаты);

6) контроль и оценка эффективности ипотечного жилищного кредитования и государственных программ в сфере обеспечения населения жильем.

*Второй этап* включает определение направлений и полноты охвата процедуры мониторинга в зависимости от поставленных целей и задач. На данном этапе формулируются сферы и объекты мониторинга, а также глубина и степень детализации необходимого анализа.

Объем и тип собираемых данных зависит от приоритетов, а также имеющихся в наличии ресурсов. Первичные данные государственные органы могут получать с помощью органов статистики, а обследования потребительского спроса и настроений могут заказывать специализированным организациям.

На *третьем этапе* определяется перечень изучаемых показателей («ключевых» индикаторов), которые могут быть как качественными, так и количественными. К качественным показателям можно отнести: уровень обеспеченности населения жильем, доступность жилья и ипотечных жилищных кредитов, доля семей, имеющих возможность приобрести жилье, соответствующее стандартам обеспечения жилыми помещениями. К количественным показателям относятся: объемы выдаваемых ипотечных жилищных кредитов, доля просроченных ипотечных кредитов, уровень просроченной задолженности по ипотечным кредитам, доля дефолтов по ипотечным жилищным кредитам, доля реструктурированных ипотечных кредитов, доля финансирования жилищного строительства за счет кредитных средств, доля государственных расходов на развитие ипотечного жилищного кредитования, доля прироста экономики за счет развития ипотечного жилищного кредитования.

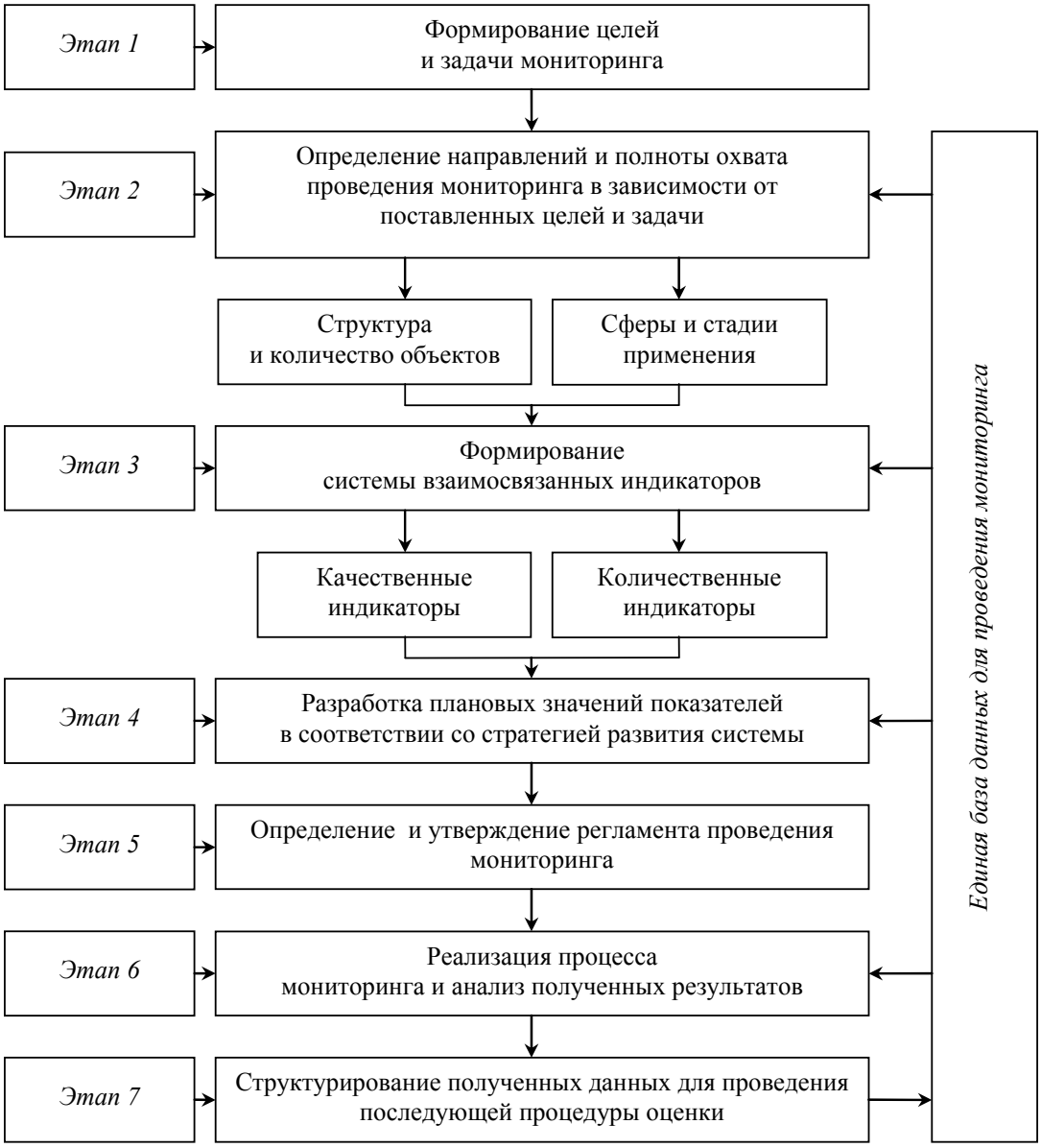



***Рис. 1.*** *Основные этапы методики мониторинга системы ипотечного жилищного кредитования*

Разработанные для целей мониторинга ипотечной системы показатели сгруппированы в индикаторы по следующим направлениям:

1) показатели улучшения жилищных условий домохозяйствами (социальная эффективность);

2) индикаторы государственной поддержки функционирования системы ипотечного кредитования (бюджетная эффективность);

3) показатели экономической эффективности процесса ипотечного кредитования с точки зрения основных субъектов: кредиторы, ипотечные агентства, страховые компании, инвесторы (коммерческая эффективность).

Предлагаемые индикаторы оценки могут использоваться в рамках мониторинга в следующих направлениях:

1) изменения с течением времени (динамика объемов и уровней показателей);

2) различия между подгруппами генеральной совокупности (например, сравнение уровня развития по отдельным сегментам);

3) различия между отдельными территориями (сравнительный анализ в различных регионах);

4) степени достижения поставленных целей (сравнение целевых фактически достигнутых показателей с запланированными).

На *четвертом этапе* осуществляется разработка плановых значений показателей

в соответствии со стратегией развития системы. Критериальные значения предлагаемых индикаторов целесообразно разрабатывать во взаимоувязке с прогнозами социально-экономического развития страны в целом и регионов в частности. Кроме того, индикаторы должны быть достижимы и носить комплексный характер.

*Пятый этап* заключается в организации эффективной системы мониторинга и требует решения ряда организационных и технических задач. В первую очередь это разработка единого межведомственного регламента предоставления подлежащей контролю информации. Регламент должен определять сроки и форму предоставления информации, а также ответственность каждого ведомства за полноту, целостность и достоверность предоставляемой им информации. К техническим задачам относятся: создание информационной системы, обеспечивающей входной контроль предоставляемой информации (данных), ее хранение и организация целевого регламентированного доступа к данным мониторинга с целью их использования для поддержки принятия решений по управлению системой ипотечного жилищного кредитования.

На данном этапе определяется и утверждается регламент проведения мониторинга, определяются методы и инструменты сбора данных (анализ документов, экспертные оценки, опрос потребителей, эксперименты, экономико-математические методы), что во многом зависит от целевой группы исследования рынка, в которую могут входить как хозяйствующие субъекты системы ипотечного жилищного кредитования, формирующие предложение, так и потребители (отдельные домохозяйства).

*Шестой этап* включает сбор и анализ информации по выбранному перечню показателей. Методика анализа, на наш взгляд, должна базироваться на системе следующих действий:

1) оценка текущего уровня групп показателей, характеризующих состояние механизма ипотечного кредитования;

2) анализ «ключевых» индикаторов развития ипотечного рынка.

На *седьмом этапе* осуществляется структурирование полученных данных для проведения последующей процедуры оценки и выявления отклонений, на основе которых определяются тенденций развития ипотечного рынка и разрабатываются управленческие решения, позволяющие либо полностью ликвидировать негативные отклонения, либо минимизировать их отрицательное воздействие на достижение целевых показателей. Выбор вариантов корректирующего управления должно обеспечивать максимальное приближение достигаемых показателей по сравнению с целевыми.

Предлагаемая методика мониторинга системы ипотечного жилищного кредитования, базирующаяся на методах анализа функционирования рынка, позволит создать единую информационную базу, которая может использоваться при принятии управленческих решений, оценке эффективности реализуемых государственных мер на рынке ипотечного жилищного кредитования и проведении различных исследований.

Разработанный алгоритм мониторинга показателей, отражающих состояние ипотечного рынка, составляет основу механизма обратных связей, создает условия, обеспечивающие адекватное реагирование на изменения в системе ипотечного жилищного кредитования с целью воздействия на степень устойчивости ее развития.

Применение представленного алгоритма мониторинга на практике позволит обеспечить приток инвестиций на рынок жилья через систему ипотечного жилищного кредитования, что будет стимулировать их эффективное развитие и способствовать решению важнейшей социально-экономической проблемы обеспечения населения жильем.

*Библиографический список*

1. Аверченко В. А. Принципы жилищного кредитования / В. Аверченко, Р. Весели, Г. Наумов и др. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 261 с.

2. Колобов С. С., Колобова В. С. Жилищное ипотечное кредитование: состояние и перспективы развития. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2005. – 120 с.

3. Круглик С. И. Управление жилищной сферой городов России. − СПб. : ДЕАН, 2007. – 191 с.

4. Разумова И. А. Ипотечное кредитование : учеб. пособие. − СПб. : Питер, 2009. − 208 с.

***A. N. Savrukov****
**Savrukov Alexei, Ph.D. in Economics, Associate Professor of*
*St. Petersburg State Polytechnic University, St. Petersburg*
savrukov_a@mail.ru

## METHODOLOGICAL FRAMEWORK FOR MONITORING OF HOUSING MORTGAGE LENDING

*Key words: mortgage, methodology, monitoring, indicator, algorithm.*

*The article features the algorithm for monitoring of housing mortgage lending. This algorithm conforms to the bilateral nature of such crediting and includes detailed description of major stages of its implementation. The author has also suggested the system of indicators used to assess the development of mortgage lending.*

*© Савруков А. Н., 2011*

## МЕЗОУРОВЕНЬ

## РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

УДК 65.01
***О. М. Горелик****
**Горелик Ольга Михайловна, доктор экономических наук, профессор*
*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*
kaf_pive@tolgas.ru

# ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

*Ключевые слова: инвестиционные решения, человеческий капитал, выгоды и затраты, капиталовложение, эффективность затрат, оценка эффективности, метод «издержки – выгоды», инвестиционные критерии, результаты образования.*

*Рассматриваются актуальные вопросы инвестиционных решений в человеческий капитал – в отношении профессионального образования, дан анализ существующих методик расчета эффективности затрат на образование, предложен алгоритм определения эффективности профессионального образования.*

Увеличение разнообразия образовательных технологий, педагогических методов и приемов, институциональных и структурных инноваций, экономических механизмов предоставления образовательных услуг логически обосновывает тезис о необходимости: во-первых, рассмотрения множества альтернатив при принятии решения об инвестировании средств в образование как для органов управления, так и для отдельных учебных заведений, предприятий, организаций и граждан; во-вторых, выбора из альтернативных вариантов наиболее эффективного способа инвестиций. Поэтому одной из ключевых для всех уровней организации рыночного взаимодействия в области профессионального образования становится сегодня проблема субъектного выбора эффективного способа получения образования [2, 10].

Инвестиционные решения в отношении профессионального образования имеют существенную специфику, связанную с двойственной природой образования, которая заключается в том, что образовательный процесс в высшей школе по своей природе представляет собой как потребление, так и инвестиции. Понимание проблемы выбора между осуществлением инвестиций в физический или человеческий капитал сформировало среди ученых и экономистов еще на ранних этапах развития экономической теории проблемы определения вклада образования в экономический рост государства, сравнительного анализа этого вклада с чисто финансовым инвестированием в производство товаров и услуг.

Теория человеческого капитала появилась в результате приложения принципов экономической теории к проблемам экономики образования, здравоохранения и миграции. Хотя ее ключевые идеи были предвосхищены еще Адамом Смитом, стройное оформление и бурное развитие она получила в 60-е годы XX столетия в работах Гэри Беккера, Якоба Минсера, Теодора Шульца и других экономистов [13, 14].

Эта теория исходит из простых и убедительных предпосылок: люди как потребители заинтересованы в максимизации доходов всей жизни в целом, а не отдельного периода или года. Существует четкая зависимость между образовательным уровнем работника и его пожизненными заработками. Предполагается, что эта зависимость отражает причинно-следственную связь, идущую от образования к мастерству, от мастерства к производительности труда и, наконец, от производительности труда к заработкам.

Люди принимают решения о вложениях в свое образование и профессиональную подготовку на основе сопоставления связанных с этим затрат и выгод. Выгоды образования или подготовки состоят в ожидаемых будущих более высоких доходах. Затраты имеют две формы: явные затраты на курс обучения и скрытые затраты (упущенные в течение обучения заработки). Выгоды и затраты «принадлежат» самым разным перио-

дам времени, и поэтому индивидуум должен сравнивать сегодняшнюю ценность ожидаемых выгод с завтрашней ценностью ожидаемых затрат. Приведение к настоящему моменту времени (дисконтирование) будущих выгод и затрат является здесь ключевым аспектом.

Рациональный вкладчик в человеческий капитал будет инвестировать до достижения такого уровня образования, т. е. профессиональной подготовки, при котором предельные выгоды образования как раз покрывают предельные затраты. В равновесии норма отдачи на последнюю порцию инвестиций в образование должна быть равна норме отдачи на другие виды вложений (например, в физический капитал).

Затраты обучения нужно сравнить с ожидаемыми выгодами более высоких заработков, предоставляемых рынком труда. Обозначим в формуле (1) через Р сегодняшнюю ценность этих выгод, тогда

$$P = \sum_{t=1}^{N} \frac{B_t}{(1+t)^i}, \qquad (1)$$

где $B^t$ – ожидаемый дополнительный (в результате образования) годовой заработок в году $t$; $i$ – рыночная норма отдачи на капиталовложения; $N$ – продолжительность предстоящей трудовой жизни.

Если $P>C$, тогда чистая сегодняшняя ценность вложений в образование ($P$-$C$) положительна, и индивидуум должен инвестировать в дополнительный человеческий капитал.

Капиталовложения в человеческий капитал будут, следовательно, поощряться низкими $C$ и $i$ и высокими $B$ и $N$. Теория человеческого капитала способна объяснить характер наблюдающейся зависимости заработков от возраста и образования работников. В течение срока обучения молодые люди специализируются на накоплении человеческого капитала, поскольку отдача на вложения высока благодаря длительности будущей занятости ($N$), а затраты упущенных возможностей (заработков) невелики или даже равны нулю для молодежи нетрудоспособных возрастов. После окончания обязательной школы обучение становится более дорогостоящим, так как момент выхода на пенсию приближается, а период, в течение которого индивидуум будет извлекать выгоды из своего образования, сокращается. Кроме того, человеческий капитал со временем обесценивается, так как приобретенные когда-то знания и умения устаревают. Так, сегодняшняя ценность выгод обучения индивидуума определяется по формуле:

$$PV = \frac{X}{1+0.15} + \frac{X}{(1+0{,}15)^2} + \ldots + \frac{X}{(1+0{,}15)^N} =$$

$$= \frac{X}{1+0{,}15} * \frac{1-\left(\frac{1}{1+0{,}15}\right)^N}{1-\frac{1}{1+0{,}15}} =$$

$$= \frac{X}{0{,}15} * \left[1-\left(\frac{1}{1+0{,}15}\right)^N\right] \qquad (2)$$

Второе слагаемое в скобках стремится к нулю при $N \to \infty$, и если $N$ достаточно велико, то его конкретное значение несущественно.

В условиях конкурентной экономики, в которой ни государство, ни общество не оказывают заметного влияния на объем ресурсов, направляемых в сферу образования, тенденции на рынке образовательных услуг проявляются в следующем: возникновение недостатка какого-либо вида квалифицированной рабочей силы вызовет увеличение относительного уровня заработной платы этой категории рабочей силы. Это ведет к повышению отдачи от вложений в ее подготовку, росту численности обучающихся в учебных заведениях и на рабочих местах; затем постепенно нехватка квалифицированной рабочей силы будет устранена. В состоянии равновесия поквалификационные различия в заработной плате будут как раз достаточны, чтобы компенсировать затраты обучаемых на образование и обеспечить требуемое работодателями количество квалифицированной рабочей силы.

В литературе приводится множество методик расчета народнохозяйственной эффективности затрат на образование, которая рассматривается как «общая» и «частная» [5, 6, 15]. Эти методики могут быть объединены в два подхода.

*Первый подход* предусматривает определение общей экономической эффективности подготовки специалистов, то есть определение влияния высшего образования на рост совокупности общественного продукта, национального дохода, на повышение производительности труда и т. д.

*Второй подход* – это определение частной или «внутренней» экономической эф-

фективности высшего образования, то есть сопоставление в каждом высшем учебном заведении фактических затрат (трудовых, финансовых и материальных ресурсов) на подготовку специалистов с нормативными затратами в целях контроля за их рациональным использованием.

Рассматривая методы определения эффективности высшего образования, следует согласиться с мнением ученых, предлагающих четыре группы методов оценки эффективности подготовки специалистов высшей квалификации (табл. 1). Недостатком данных методов анализа является невозможность даже при положительной корреляции определить причины и следствия во взаимодействии двух параметров: экономического роста и развития образования.

*Таблица 1*

***Сравнительная характеристика методов влияния образования на экономическое развитие***

| Группа | Методика | Характеристика | Расчеты позволяют | Недостатки |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| I – Методы определения связи между уровнем образования и экономическим развитием страны | Построение корреляционных уровней | Сравниваются показатели, характеризующие экономический потенциал страны: совокупный общественный продукт, национальный доход в расчете на душу населения, уровень общественной производительности труда, удельный вес лиц определенного уровня образования в общей численности населения, доля затрат на каждую ступень образования и т. д. | **Дать представление о соотношении между экономическим потенциалом страны и уровнем развития высшего образования.** Ориентировочно определить относительные и абсолютные размеры затрат на образование | Различие методов, применяемых в отдельных странах, исчисления совокупного общественного продукта; неоднородность систем образования; отсутствие степени эффективности использования работников в народном хозяйстве |
| II – Динамика показателей экономического роста и уровня высшего образования | Межрегиональный и межотраслевой методы сравнения | | | Невозможность определить причины и следствия во взаимодействии двух параметров: экономического роста и развития образования |
| III – Методы «прямого» исчисления экономической эффективности образования | Учет сложности труда | Сложный труд по сравнению с простым трудом создает в единицу времени большую стоимость, увеличивается с возрастанием сложности объема национального дохода в стоимостном выражении | Дает возможность квантифицировать, т. е. количественно определить, насколько один труд сложнее другого (коэффициенты редукции труда) | Базирование исчисления коэффициентов редукции труда на различиях в уровнях фактической или тарифной заработной платы, что является весьма приближенным |
| IV – Метод недостающего компонента | Количественное определение эффективности образования | Используется для подсчета ущерба, связанного с недоиспользованием мощностей, простоями оборудования и т. д. по причине недостатка кадров соответствующей квалификации, а также потерями общества, вызванными нерациональным использованием квалифицированной рабочей силы, в частности потерями, связанными с использованием в качестве рабочих специалистов с высшим образованием | | |

*Третья группа методов* оценки влияния образования на экономическое развитие основывается на сложности труда методом «прямого» исчисления экономической эффективности. Сложный труд по сравнению с простым трудом создает в единицу времени большую стоимость, что дает возможность квантифицировать, т. е. количественно определить, насколько один труд сложнее другого.

*Четвертая группа методов* позволяет исчислить коэффициенты редукции труда, расчет которых основывается на различиях в уровнях фактической или тарифной заработной платы.

В связи с возрастанием объема материальных, трудовых и финансовых затрат на высшее образование приобретает первостепенное значение повышение «внутренней» эффективности вузов, поскольку рациональное использование средств становится необходимым условием экономики общественного труда и интенсификации в сфере образования.

Вышеизложенное позволяет резюмировать, что рациональное использование резервов в сфере высшего образования в конечном счете способствует повышению эффективности общественного производства. Известно, что решение проблем эффективности предполагает сопоставление общественных затрат и результатов в соответствующей сфере народного хозяйства [1, 2, 10, 11]. Различают два аспекта эффективности: технологический и экономический.

Экономическая и технологическая составляющие эффективности анализируются путем исследования способов, с помощью которых затраты (финансы, время, труд, знания, природные ресурсы) преобразуются в результаты (продукты и услуги). Эти способы обобщаются в экономике в понятии производственной функции, задающей максимальный объем результата, который может быть получен при определенном заданном наборе ресурсов и ограничений окружающей действительности.

Для образовательной системы производственная функция на сегодняшний день исследована недостаточно. Это связано со сложностью анализа результатов образования, поскольку они зависят от множества переменных, существенно различающихся по природе и степени влияния, среди которых значительное место отводится социально-экономическим переменным (влияние семьи, социальное окружение учащегося, психологическая мотивация и пр.). Кроме того, сложность результатов образования инициирует усилия ученых-экономистов на поиски все новых аспектов объекта изучения, что выражается в развитии синтетических, системных исследований эффективности образовательной системы, ее элементов и связей между ними.

Решение проблемы оценки эффективности образования предполагает учет не только эконометрических данных и итогов экономического анализа инвестиций в образование, но и дополнение их результатами широкого спектра междисциплинарных исследований проблем развития современного образования и его места в современном обществе. Поэтому любой из методов, разработанных с начала 1960-х гг. по настоящее время, требует своевременного дополнения как способами численного измерения эффективности, так и качественными оценками этой эффективности, которые должны проводиться в широком социально-экономическом контексте развития личности, общества и государства.

Несомненно, теория человеческого капитала, признанная базисной в настоящей работе, отражает наиболее существенные моменты исследуемой проблемы эффективности экономики образования. Тем не менее среди специалистов не завершена дискуссия о том, могут ли методы анализа экономической эффективности использоваться для оценки эффективности инвестиций и инноваций в образовании [3–5, 7, 8, 9, 12, 14].

Оценка эффективности инвестирования ресурсов как на уровне общества в целом, так и на уровне отдельной личности предполагает сравнение издержек и выгод, связанных с процессами получения некоторого образовательного уровня и соответствующей квалификации. Основными параметрами сравнения возможных альтернатив являются следующие: 1 –величина затрат, которые должны быть осуществлены; 2 – объем ожидаемой выгоды; 3 – распределение во времени затрат и выгод; 4 – степень неопределенности и риск, связанные с процессами получения образования и др.

Анализ «издержки – выгоды» содержит развитый инструментарий, позволяющий сравнивать альтернативы по вышеуказанным параметрам с целью обоснованного выбора

наиболее эффективной. Ограниченность в практическом применении данного метода связана с тем, что и затраты и выгоды от образования никогда не могут быть определены полностью, а численные их выражения в результате детерминирования не могут быть признаны абсолютно точными. Именно поэтому анализ «издержки – выгоды», как представляется, необходимо использовать как компонент экономической оценки эффективности образования для потребителя образовательной услуги. В ходе анализа «издержки – выгоды» применяются методы дисконтирования затрат и выгод, для того чтобы их можно было сопоставить.

Изучение многолетней практики проведения анализа по методу «издержки – выгоды» для образования во многих странах позволяет сделать вывод о том, что чаще всего данная методика основывается на вычислении внутренней нормы отдачи, а не альтернативных критериев, хотя в специальной литературе чистая приведенная величина дохода рассматривается при выборе варианта инвестирования как более адекватный показатель, чем внутренняя норма отдачи, однако последний легче интерпретировать и удобнее использовать. Более того, вычисление нормы позволяет идентифицировать годовую процентную ставку, которая уравнивает приведенную стоимость затрат и приведенную стоимость ожидаемых выгод [8].

В последнее десятилетие учеными и экономистами, ведущими исследования в области экономики образования, проведено разделение внутренней нормы отдачи на социальную и частную нормы.

Социальная норма отдачи измеряет отношение между всеми затратами на образование, которые несет общество в целом, и теми выгодами, которое оно получает в результате инвестирования. При вычислении социальной нормы прирост дохода учитывается до вычета прямых налогов, а затраты включают все источники независимо от уровня их возникновения – государственные, муниципальные, частные и пр.

Частная норма отдачи характеризует отношение между затратами отдельных граждан на свое образование и теми выгодами, которые они получают в будущем. Данный показатель учитывает прирост доходов за счет повышения уровня образования, а затраты на профессиональное обучение и повышение квалификации включают лишь личные расходы обучающегося с учетом потерянных заработков.

Проблемы учета издержек выражаются в сложностях вычислений полных затрат на образование (табл. 2) в денежной форме как общества, так и отдельного индивида.

Цель учета утраченных альтернативных возможностей заключается не в том, чтобы получить денежное выражение всех затрачиваемых ресурсов, а в том, что эти ресурсы имеют потенциальную возможность альтернативного использования, от которого общество отказалось в пользу образования.

***Таблица 2***

*Основные компоненты полных затрат на образование*

| № | Наименование затрат | Вид затрат |
|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Плата за обучение | Частные – прямые |
| 2 | Затраты на учебно-методические материалы, аудио-, видеопродукцию, электронные носители | Частные, социальные – прямые |
| 3 | Затраты на использование, аренду или приобретение ЭВМ, машинного времени, лабораторий и ВЦ | Частные и социальные – прямые |
| 4 | Заработки, от которых пришлось отказаться, уделяя время обучению | Частные – косвенные |
| 5 | Заработная плата профессорско-преподавательского, вспомогательного, технического персонала образовательных учреждений | Социальные – прямые |
| 6 | Эксплуатационные затраты на поддержание учебного процесса | Социальные – прямые |
| 7 | Амортизационные отчисления за здания и оборудования, основные средства | Социальные – прямые |
| 8 | Не произведенные занятыми учебой работниками товары и услуги | Социальные – косвенные |
| 9 | Отсев обучаемых и повторное обучение | Частные и социальные – прямые и косвенные |

Аналогично затратам выгоды от образования также можно разделить на прямые и косвенные, социальные и частные (табл. 3).

*Таблица 3*

***Выгоды от инвестиций в образовательную деятельность***

| № | Содержание выгод | Характеристика |
|---|---|---|
| **1** | **2** | **3** |
| 1 | Рост заработной платы работника | Частные – прямые |
| 2 | Повышение производительности труда | Социальные – прямые и косвенные |
| 3 | Идентификация производительных возможностей человека | Частные и социальные – прямые |
| 4 | Формирование социально-позитивной системы ценностей | Социальные – косвенные |
| 5 | Увеличение трудовой мобильности работника на рынке труда и рабочей силы | Частные и социальные – прямые |
| 6 | Сокращение преступности, безработицы | Социальные – косвенные |
| 7 | Распространение и инноваций в управлении и технологии организации | Социальные – прямые и косвенные |
| 8 | Удовлетворение потребности в самореализации | Частные – косвенные |

Как следует из табл. 3, идентификация и учет факторов, влияющих на выгоды от образования, представляют собой одну из сложных задач, возникающих при вычислении норм отдачи инвестиций в образование. С этой проблемой наиболее целесообразно можно справиться с использованием качественной экспертной оценки [6]. В результате возникает необходимость использования методов сложных экспертиз. Создание подобных систем возможно, как показал анализ практики и специальной литературы, на основе использования, с одной стороны, методов структуризации, позволяющих расчленить большую начальную неопределенность эффективности на более обозримые части, и информационного подхода, с другой стороны, который позволяет получать оценки степени влияния образования или его отдельной компоненты на реализацию функций образовательной системы. Данный подход, разработанный проф. А. А. Денисовым, позволяет приводить разнородные критерии (количественные и качественные) к единым информационным единицам, что помогает их сопоставить и получать обобщенные оценки [6]. Основу подхода к комплексной оценке эффективности образования составляет получение соотношения «результаты – затраты» с использованием информационных оценок.

При оценке результатов образования по качественным критериям определяется степень влияния ($P_i'$) *i*-го компонента системы образования на реализацию основной цели, которая в соответствии с информационным подходом для удобства дальнейшей обработки преобразуется в оценку потенциала ($H_{ri}$) соответствующего компонента согласно формуле:

$$H_{ri} = -q_i \log(1 - p_i') . \qquad (3)$$

В суммарную оценку результатов включаются как оценки компонента образовательной системы, так и количественные характеристики образовательной программы, приведенные к информационным посредством вычислений относительных оценок $P_{xi.}$

Для оценки затрат наряду со стоимостными единицами необходимо учитывать натуральные единицы измерения (время, трудоемкость), что целесообразно в переходные периоды развития экономики, когда нарушено соотношение между материальными ценностями и денежным выражением их стоимости в отдельный момент времени. Эти оценки затем переводятся в относительные *Pzi*, на основе которых вычисляется потенциал затрат на образование *Hzi*. Общий алгоритм определения эффективности с применением информационного подхода представлен на рис. 1.

Рассмотренный метод вычисления потенциалов упрощает получение обобщенных оценок влияния отдельных составляющих компонент образовательной системы на эффективность образовательной услуги, так как потенциалы затрат и результатов образования, измеряемые в битах, можно просто суммировать. При этом необходимо отметить, что в вероятностной оценке отражается только контролируемый эффект от образования (как социального, так и частного характера), который можно учесть только с помощью критериев количественных.

Оценка результатов профессионального образования

Определение комплекса критериев оценки характеристик вариантов образовательной программы

Оценка каждого из вариантов по набору характеристик

Получение сравнительных оценок вариантов образовательной программы ($P_{Xi}$) по критериям

Вычисление значимости варианта образовательной программы ($P_{Xi}$) по критериям:
$H_{rxi} = -q_i \log (1 - Pxi)$

Оценка вероятности достижения целей профессиональной подготовки при выборе варианта ($P_i'$)

Оценка вероятности выбора определенного варианта образовательной программы ($q_i$)

Вычисление потенциала определенного варианта образовательной программы:
$H_{ri} = - q_i \log (1 - Pi')$

**Оценка затрат на профессиональное образование**

| В СТОИМОСТНЫХ ЕДИНИЦАХ | В НАТУРАЛЬНЫХ ЕДИНИЦАХ |
|---|---|
| Перевод в относительные единицы *Pzi* | Перевод в относительные единицы *Pzi* |
| Определение *Hzi* | Определение *Hzi* |
| Определение суммарных затрат на образование: $Z H_{zi}$ | |

**Определение эффективности профессионального образования**

| ДА | Учесть число модификаций оцениваемых вариантов | НЕТ |
|---|---|---|
| Ввод модификации (*Ji*) | *Эdi = ZHri / ZHzi* | |
| Вычисление результатов по данной модификации *Cri = Z Ji Hri* | | |
| Вычисление затрат по данной модификации *Czi = Z Ji Hzi* | | |
| *Эi = Cri / Czi* | | |

***Рис. 1.*** *Алгоритм определения эффективности профессионального образования*

Еще одним преимуществом применения информационного подхода к оценке эффективности образования является то, что в случае успешной реализации задачи оценки ожидаемой эффективности от образования в стоимостных единицах (что необходимо для планирования выделения средств на региональном и федеральном уровнях) информационные оценки потенциалов помогают более рационально распределять средства на отдельные этапы образования, принимать решения о перераспределении средств в процессе реализации образовательного процесса с учетом хода их внедрения и, соответственно, промежуточных результатов, что позволяет говорить о применении отдельных элементов динамического программирования.

Таким образом, анализ методов количественного определения в материальной и денежной форме результатов, качества и эф-

фективности профессиональной подготовки показывает, что не существует универсального механизма для определения результатов и качества высшего образования и образовательной услуги на всех уровнях образовательной системы. Это логически обосновывает вывод о необходимости более глубокого исследования методов и механизмов управления факторами эффективности и конкурентоспособности с учетом специфики региона.

*Библиографический список*

1. Акперов И. Г. Прогнозирование потребности в специалистах и управление региональной системой образования. – М. : Высшая школа, 2007. – 306 с.

2. Афанасьев В. Я., Черкасов В. В. Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг. – 2007. – № 5. – С. 68-76.

3. Бабкин Н. И. и др. Проблемы управления образованием : учеб. пособие. – Чебоксары : ЧНИР, 2009. – 340 с.

4. Баизаков С. Б. Оптимизация региональной экономики. – М. : Наука, 2008. – 184 с.

5. Балашов Г. В., Беляков С. А., Виноградов Н. М. Экономика высшей школы: проблемы и перспективы. – СПб. : Изд-во СПб. ун-та экономики и финансов, 2008. – 244 с.

6. Волкова В. Н., Денисов А. А. Основы теории систем и системного анализа. – СПб. : Изд-во СПбГТУ, 2007. – 512 с.

7. Волкова В. Н. Структуризация целей в системе управления высшей школы: из истории. – СПб. : Изд-во СПбГТУ, 2008. – 80 с.

8. Галаган А. И. Сравнительная характеристика структур систем образования России и некоторых зарубежных стран // Социально-гуманитарные знания. – 2009. – № 4. – С. 16.

9. Гершунский Б. С. Философия образования. – М. : Московский психолого-социальный ин-т, Изд-во «Флинта», 2007. – 234 с.

10. Горелик О. М. Рыночные механизмы управления образовательной деятельностью в регионе: методология формирования : монография. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 256 с.

11. Горелик О. М. Стратегия развития образовательной инфраструктуры на уровне муниципалитета // Экономические реформы в России : материалы III международ. науч.-практ. конф. – СПб. : Нестор, 2000. – С. 126-128.

12. Дудников В. В. Менеджмент сферы образования : в 2 т. – М., 2007.

13. Дятлов С. А. Основы теории человеческого капитала. – СПб. : Изд-во СПб. ун-та экономики и финансов, 2008. – 434 с.

14. Жильцов Е. Н. Экономика общественного сектора и некоммерческих организаций. – М. : Изд-во МГУ, 2006. – 320 с.

15. Завлин П. Н., Васильев А. В. Оценка эффективности инноваций. – СПб. : Изд. дом «Бизнес-пресса», 2006. – 200 с.

---

***O. M. Gorelick****

**Gorelik Olga*, *Doctor of economic sciences, professor of*
*Volga Region State University of Service, Togliatti*
kaf_pive@tolgas.ru

## PROBLEMS OF EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF EDUCATIONAL SERVICES

*Key words: investment decisions, human capital, benefits and costs, investment, cost effectiveness, performance evaluation, «cost – benefit» method, investment criteria, education results.*

*The article considers the actual issues of investment in human capital in sphere of professional education. The author provides the analysis of existing methods for calculating cost-effectiveness of education, and suggests the algorithm for determining the effectiveness of professional education.*

---

*© Горелик О. М., 2011*

УДК 338.465.2
***Е. Н. Гутюк****
**Гутюк Елена Назировна, кандидат экономических наук, доцент*
*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*
kaf_eio@tolgas.ru

# ФАКТОРЫ РОСТА РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ

*Ключевые слова: рынок интеллектуальных услуг, виртуальные организации, классификация интеллектуальных услуг, интеллектуальный капитал, рынок услуг.*

*Отражены основные факторы роста рынка интеллектуальных услуг. Представлены сравнительные данные по изменениям, происходящим на данном рынке в целом по России и по Самарскому региону в частности. Особое внимание уделяется такой специфике данного рынка, как предоставление интеллектуальных услуг виртуальными организациями.*

Анализ теоретических и практических исследований позволил сделать вывод, что сектор интеллектуальных услуг в первую очередь включает такие сегменты, как маркетинговые, консалтинговые, юридические услуги, а также услуги в области исследований и разработок и, конечно, услуги в сфере информационно-компьютерных технологий. В большинстве этих отраслей за последние годы во многих странах наблюдается серьезный экономический рост, и они, как правило, нанимают высококвалифицированных работников в большей степени, чем другие секторы экономики.

Важнейшими факторами роста рынка интеллектуальных услуг будут являться тенденции расширения аутсорсинга услуг от организаций, которые стремятся избавиться от функций, на которых они не специализируются. При этом офшоринг услуг (размещение организацией части своей производственной деятельности за рубежом) может привести к сокращению региональных рынков интеллектуальных услуг. Также к важнейшим факторам роста можно отнести рост спроса на специализированные знания в области современных технологий, как информационных, так и управленческих.

Результаты исследования рейтинговым агентством «Эксперт РА» рынка консалтинга показали, что в 2009 году объем реализованных услуг сократился на 5% по сравнению с 2008 годом, а в 2010 году объем рынка консалтинга вырос на 13% и составил 88 млрд руб. (рис. 1).

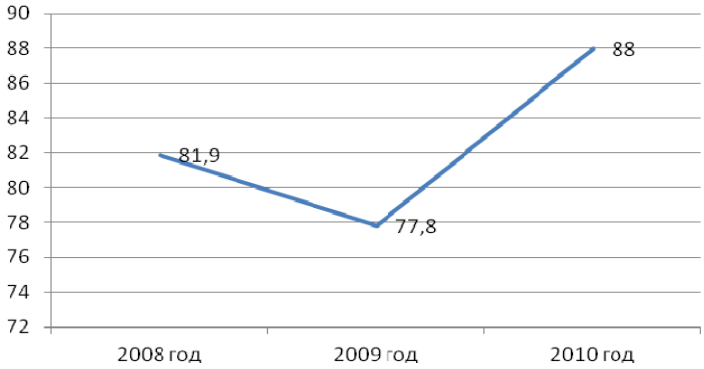



***Рис. 1.** Динамика объема консалтинговых услуг в период 2008–2010 гг. [1]*

Наиболее стремительно за прошедший год совокупные доходы компаний-участниц рейтинга изменились при оказании услуг в области управления персоналом, финансами и стратегией. По итогам 2010 года темпы роста здесь составили 30, 23 и 22% соответственно.

Одним из факторов, повлиявших на сокращение рынка, является снижение инновационной активности организаций. Анализ показывает, что в целом по РФ в 2010 году

только 9,5% всех организаций осуществляли инновационную деятельность, в Москве таких организаций было 13,3%, а в Самарской области – 12,1%, т. е. в целом в Самарской области организации обладают большей инновационной активностью, чем по РФ.

*Таблица 1*

***Динамика инновационной активности организаций по субъектам Российской Федерации [2]***

| Субъекты исследования | Удельный вес организаций, осуществлявших инновационную деятельность, в общем числе организаций, % | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2006 год | 2007 год | 2008 год | 2009 год | 2010 год |
| Российская Федерация | 9,9 | 10,0 | 9,4 | 9,3 | 9,5 |
| г. Москва | 14,9 | 12,6 | 14,9 | 14,1 | 13,3 |
| Самарская область | 17,3 | 17,8 | 13,8 | 12,3 | 12,1 |

При этом в период 2006–2010 годов удельный вес организаций, осуществлявших инновационную деятельность, в общем количестве организаций снизился с 17,3 до 12,1%.

Анализ статистических данных по Самарскому региону (рис. 2) позволяет сделать вывод, что в период с 2001-го по 2009 год произошло сокращение числа подобных организаций на 5%, при этом за счет снижения количества организаций предпринимательского и государственного секторов на 21,43 и 6,25% соответственно.

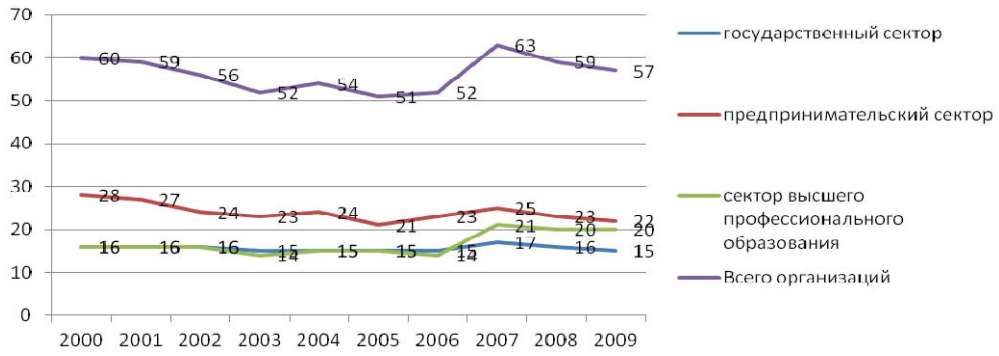



***Рис. 2.*** *Динамика числа организаций Самарского региона, выполнявших исследования и разработки по секторам деятельности, в период с 2000-го по 2009 г.*

Затраты на технологические, маркетинговые и организационные инновации по всем видам деятельности в 2010 году составили 9942,6 млн рублей. Исследуя динамику затрат организаций Самарского региона на технологические, маркетинговые и организационные инновации, можно сделать вывод, что в основном организации внедряют технологические инновации (98,8% от всех инноваций в 2006 году до 95,0% в 2010 году) (рис. 3).

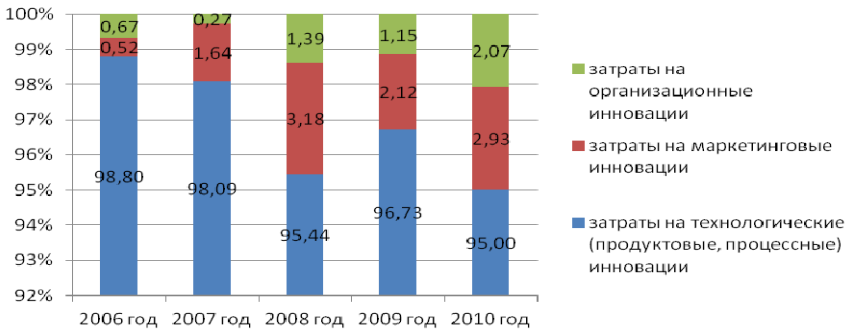



***Рис. 3.*** *Структура затрат организаций Самарского региона на технологические, маркетинговые и организационные инновации в период с 2006-го по 2010 г. [3]*

Анализ статистических данных выявил, что в структуре затрат на технологические инновации преобладали затраты, связанные с внедрением нововведений: они превысили 54% общих инновационных затрат и включали производственное проектирование, а также приобретение необходимых машин и оборудования. На исследование и разработку новых продуктов приходилось 4,14% инновационных затрат, приобретение программных средств – 0,84%, обучение и подготовку персонала, связанные с инновациями, – 0,31%, приобретение новых технологий – 0,25%. На маркетинговые исследования организации затратили всего 0,11% от общих затрат (рис. 4).

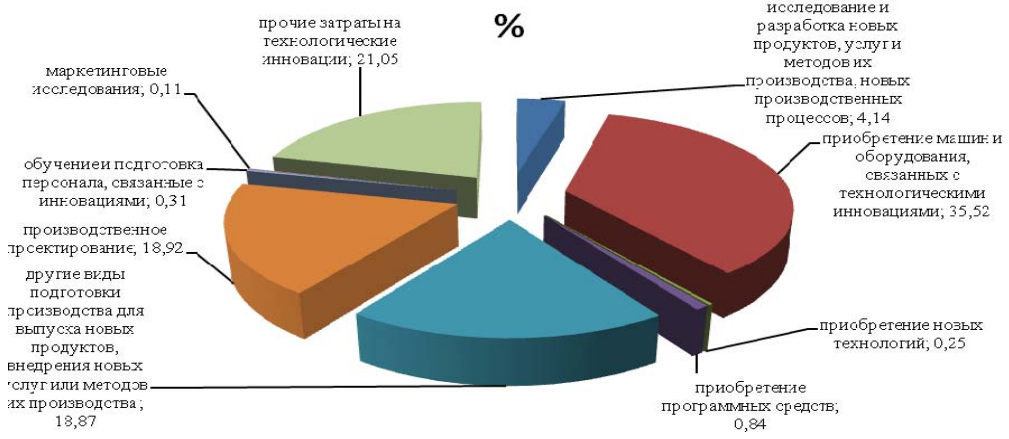



***Рис. 4.*** *Структура затрат организаций Самарского региона на технологические инновации в 2010 году по видам инновационной деятельности, % [3]*

Основным источником финансирования затрат на технологические инновации в 2010 году остаются собственные средства организаций (94,98%), доля средств федерального бюджета составила 1,9%, прочих средств – 3,1%.

В условиях неопределенности и динамичности внешней среды важным фактором, определяющим интенсивность развития рынка интеллектуальных услуг, является квалификация персонала, оказывающего данные услуги. Появляются новые информационные технологии, позволяющие обрабатывать большой объем информации и влиять на скорость изменений и адаптации современных организаций.

В связи с тем, что обычно процесс оказания интеллектуальных услуг не требует локальности и концентрации необходимых людских, финансовых, материальных, интеллектуальных, организационно-технологических и прочих ресурсов в одном месте, возникает понятие виртуальной организации, которая объединяет эти ресурсы посредством использования компьютерных сетей. Это позволяет формировать гибкую и динамичную организационную систему, наиболее приспособленную к оказанию интеллектуальных услуг.

Поэтому развитие организаций, оказывающих интеллектуальные услуги, связано также с необходимостью гибкого реагирования на изменения, происходящие в мире, постоянного внедрения инноваций, как организационных, так и кадровых.

Для современного этапа мирового социально-экономического и научно-технического развития характерны коренные изменения роли и значения организации, знания и информации в экономике. Эти изменения обусловили формирование сети делового сотрудничества, включающие создание основного центра организации, оказывающей интеллектуальные услуги, и удаленных сотрудников, деятельность которых координируется посредством современных информационных технологий и средств телекоммуникаций. В результате возникает синергетический эффект, связанный с наиболее эффективным объединением всех ресурсов.

Создаваемые виртуальные организации представляют собой новый способ организации глобальной рабочей силы для использования возможностей информационных технологий, мобилизующей скрытые людские ресурсы с помощью коммуникационных технологий и преодолевающей барьеры, созда-

ваемые географическим расстоянием и временем.

Оказание интеллектуальных услуг связано с удовлетворением специфических потребностей, поэтому в этом случае виртуальные организации группируют людей для создания определенной стоимости. Последние достижения науки и техники позволяют оказывать интеллектуальные услуги в любое время, любым организациям, в любых вариантах, в некоторых случаях практически мгновенно.

При этом организации, оказывающие интеллектуальные услуги, могут работать в форме объединения «физически» существующих фирм, сотрудничающих на основе сети Интернет, и в форме виртуальных компаний, которые существуют в виде WEB-страниц, сайтов, доменов, автономных программ и сервисов. В первом случае организации используют виртуальное пространство как средство коммуникации при объединении материальных, финансовых и интеллектуальных ресурсов с целью оказания интеллектуальных услуг, во втором случае виртуальная среда является и местом предоставления услуг, и средой существования такой организации.

Современные исследователи считают, что наиболее общими чертами современных виртуальных организаций [4] являются большой удельный вес нематериальных активов [5], размытость границ организации, отсутствие вертикальной интеграции, локализации материальных ресурсов в одном месте, гибкость [6], наличие гибридных форм, способных объединять разнородные активы, отсутствие необходимости физического взаимодействия сотрудников организации, меньшая прозрачность деятельности организации и др.

В таких организациях появляются сложности управления персоналом, с одной стороны, возникает необходимость реализации новых функций, таких как учет человеческого капитала организации, управление доверием, HR-маркетинг, управление организационной культурой, архитектура отношений, управление талантами [7]. При этом достаточно сложно создавать корпоративную культуру и передать групповые ценности. Особенностями подобных сотрудников является независимость, и в случае возникновения давления со стороны руководства наиболее ценные сотрудники организации могут отказаться участвовать в новом проекте, будут сопротивляться инновациям в организации, могут уволиться и др. В результате новой функцией менеджера становится управление кадровыми рисками.

Возникает необходимость в новых качествах персонала, таких как умение работать в команде, умение работать в гибкой сети [8]. Поэтому самым продуктивным представляется метод взаимовыгодного сотрудничества [4].

Впервые о возможности удаленного предоставления интеллектуальных услуг заговорили 40 лет назад. Впервые упоминание о виртуальных компаниях можно встретить в странах Западной Европы, Азии и США. Под ними подразумевались виртуальные продажи, банковские операции, фонды, фабрики и организации. Изначально в период 1972–1980 гг. произошла революция рабочего места, т. е. произошло движение работы к сотруднику, работу можно было осуществлять из любого места, используя информационные технологии. В начале 1980-х годов в США разрабатываются маломасштабные проекты в различных министерствах, которые в своей основе используют принцип удаленного доступа. В период 1980–1995 гг. произошло накопление практического опыта, появились европейские центры, которые оказывали интеллектуальные услуги. С середины 90-х по настоящее время возможности предоставления услуг, в том числе интеллектуальных, получили серьезное развитие и превратили форму оказания услуг на расстоянии в неотъемлемую часть современного развитого информационного общества и экономики.

Анализ практики функционирования виртуальных организаций позволил исследователям выделить четыре категории виртуальных отношений – виртуальный рынок, виртуальную реальность, а также внутри- и межорганизационные сетевые объединения и упорядочить их по степени выражения виртуализации (рис. 5).

Виртуальным рынком является предлагаемые системой Интернет коммуникационные и информационные услуги коммерческого назначения. Внутриорганизационные виртуальные формы предлагают широкий спектр услуг на дому с использованием средств телесвязи, а также работ с использованием банков знаний или сетей знаний. Основным признаком является объединение в единую сеть отдельных сотрудников с помощью современных информационных и коммуникационных технологий.

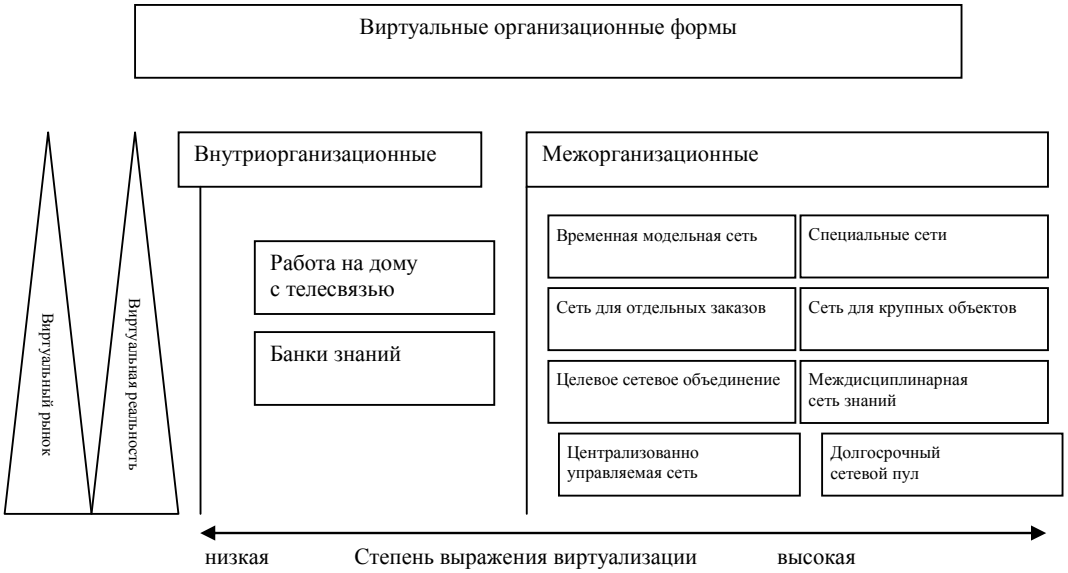



***Рис. 5.*** *Пространство виртуализации*

Межорганизационные виртуальные формы представлены восемью обособленными типами организаций, характеризующихся выходом за границы одного предприятия: временная модульная сеть, сеть для отдельных заказов, целевое сетевое объединение, централизованно управляемая сеть, долгосрочный сетевой пул, междисциплинарная сеть знаний, сеть для крупных проектов, специальные сети. Данные формы виртуальных организаций рассчитаны на мобилизацию высококлассных ресурсов, ориентированных на проект, и показывают, каким образом с помощью виртуальной кооперации могут быть предложены рынку «умные» решения. Примеры виртуальных организаций (Dell, MICROS Cooperative, Amazon.com, RBS Insurance UK, ING Direct) демонстрируют возможность выживания на основе сети с заменяемыми партнерами. Сама сеть при этом является носителем «ноу-хау» и характеризуется управлением на основе органа-координатора и выполнением заказов при помощи цифровой передачи данных [4].

Основным элементом оказания интеллектуальных услуг на расстоянии является использование современных видов телекоммуникации (электронной почты, веб-интерфейсов, средств онлайн-взаимодействия и т. д.) для изменения общепринятого расположения рабочего места. Исполнители в этом случае находятся на определенном расстоянии от того места, где востребованы результаты их трудовой деятельности.

**Первая форма виртуальной организации** – когда интеллектуальные услуги предоставляются виртуально, а сам трудовой процесс осуществляется в офисе. Трудовой процесс на расстоянии осуществляется на площадях работодателя или субподрядчика. Рабочие помещения обеспечиваются самыми современными телекоммуникациями.

**Второй тип виртуальной организации** – постоянные или временные сотрудники оборудуют свое рабочее место в домашних условиях вместо того, чтобы выполнять свои функциональные обязанности в помещении нанимателя или заказчика.

Анализ российской юридической литературы позволяет сделать вывод о том, что работу вне офиса можно разделить на две категории: телеработа и фриланс. Основанием такого деления будет вид заключенного с работником договора: при телеработе заключается трудовой договор, а фриланс предполагает отсутствие трудового договора и использование гражданско-правового соглашения. В случае если трудовой договор заключен, то деятельность «дистанционного» работника во многом сходна с надомным трудом, урегулированным российским трудовым законодательством (гл. 49 ТК РФ).

Некоторые авторы предлагает разделять надомный труд и телеработу. Так, И. И. Бородин указывает, что в условиях массового распространения дистанционной работы потребуется разработка постиндустриального трудового права, включающего нормы, ре-

гулирующие особенности правового статуса телеработника как субъекта трудового права, отличие телесотрудника от самостоятельного работника и от традиционного надомника [9].

**Третий тип виртуальной организации** – основные рабочие функции сотрудник выполняет удаленно, для этого ему достаточно компьютера, выхода в Интернет и мобильной связи для оперативного решения срочных вопросов. Однако сотруднику необходимо присутствовать на еженедельных планерках с руководством компании, поэтому несколько раз в неделю он приезжает в головной офис, а также посещает различные семинары, конференции, тренинги.

**Четвертый тип виртуальной организации** – мобильная телеработа, вид занятости, при котором работники исполняют свои трудовые обязанности частично (либо полностью) вне дома и вне офиса: к примеру, в командировках, на объектах клиентов/заказчиков, используя ноутбук и мобильный телефон для поддержания онлайн-связи с организацией.

**Пятый тип виртуальной организации** – дистанционное обслуживание клиентов. В последнее время очень распространенным становится перенос деятельности по обслуживанию/поддержке клиентов и пользователей из головного офиса в любую географическую точку. Работодателям это дает возможность сэкономить на содержании рабочих мест, а специалистам – возможность трудоустроиться в компании, находящейся далеко за пределами быстрой транспортной доступности.

Дж. Хейвуд отмечает, что «динамика развития организаций послужила причиной такого явления, как аутсорсинг» [10]. Он определяет аутсорсинг (outsourcing) как передачу организацией определенных функций на обслуживание другой организацией, специализирующейся в соответствующей области. Традиционная матрица аутсорсинга, предложенная компанией BCG, видоизменена и дополнена третьим критерием.

Предлагается дополнить основной принцип аутсорсинга критериями стратегической значимости и экономичности: «оставляю себе только то, что могу делать лучше других, передаю внешнему исполнителю то, что он делает лучше других, с учетом стратегической значимости функции и экономичности исполнения», который и положить в основу управления штатной численностью предприятия при реализации концепции управления персоналом по целям. Можно провести двухфакторный анализ и на пересечении факторов выделить 9 полей, отражающих разные стратегии в отношении аутсорсинга. Результатом факторного анализа может стать «матрица аутсорсинга», предложенная консалтинговой группой «БКГ» и представленная на рис. 6.

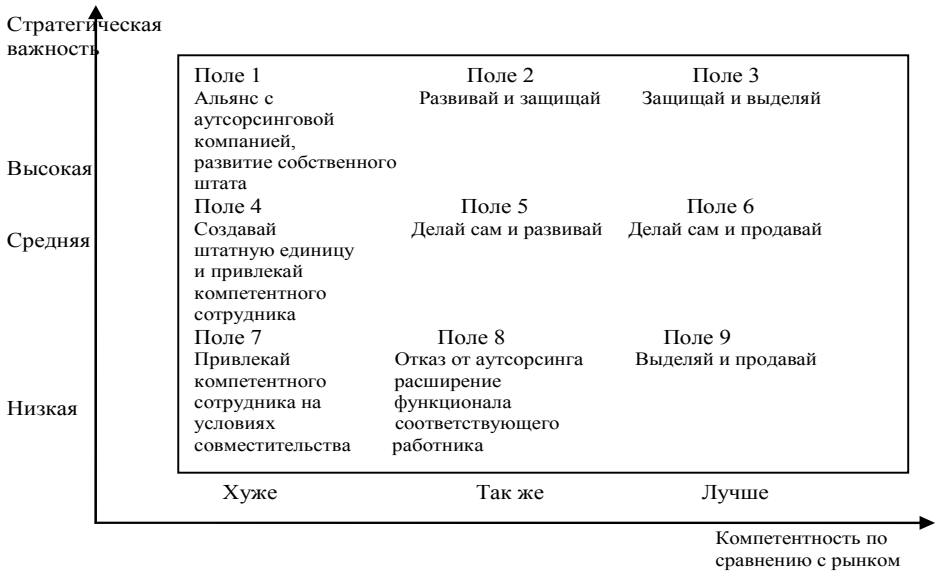



***Рис. 6.*** *Матрица аутсорсинга [11]*

Среди особенностей формирования виртуальных организаций уместно выделить следующие: значительное сокращение затрат, связанных с арендой и содержанием помещений, потребность в которых при дистанционном функционировании исчезает; за счет автоматизации процесса управления виртуальной организации существенно уменьшается численность необходимого персонала, а следовательно, и стоимость транзакций, бизнес становится привлекательным даже при оказании небольшого объема услуг; высокая конкуренция на рынке была и остается главной движущей силой, увеличивающей привлекательность использования виртуальных отношений в бизнесе.

*Библиографический список*

1. Сайт «Эксперт РА». – Доступ: http://www.raexpert.ru/releases/2011/Apr11a/

2. Сайт Федеральной службы государственной статистики. – Доступ: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/

3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Самарской области. – Доступ: samarastat.ru

4. Уорнер М., Витцель М. Виртуальные организации. Новые формы ведения бизнеса в XXI веке. – М., 2005.

5. Мильнер Б. З. Теория организаций : учеб. пособие. – М. : ИНФРА-М, 1998.

6. Davidow W., Malone M. The virtual corporation: structuring and revitalizing the corporation for the 21st century. – N.Y., 1992.

7. Денисова А. Новые горизонты HR-менеджмента в экономике знаний // Управление персоналом. – 2006. – № 11 (141). – С. 31–35.

8. Санкова Л. В. HR-менеджмент в виртуальных организациях: проблемы и перспективы // Управление персоналом. – 2007. – № 5. – С. 55–58.

9. Бородин И. И. Правовой статус телеработника (в порядке постановки задачи) // Трудовое право. – 2008. – № 5. – С. 13–20.

10. Хейвуд Дж. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ : пер. с англ. – М. : Вильямс, 2004. – 176 с.

11. материалы сайта: www.bcg.com.

---

***E. N. Gutyuk****

**Gutyuk Elena, Ph.D. in Economics, Associate Professor of*
*Volga Region State University of Service, Togliatti*
kaf_eio@tolgas.ru

## GROWTH FACTORS OF REGIONAL MARKET OF INTELLECTUAL SERVICES

*Key words: market of intellectual services, virtual organizations, classification of intellectual services, intellectual capital, service market.*

*The article highlights the main growth factors of intellectual services market. The author presents comparative analysis of changes taking place in this market in Russia in general and particularly in Samara region. Special attention is paid to the market peculiarities, such as providing intellectual services to virtual organizations.*

---

*© Гутюк Е. Н., 2011*

УДК 338.486.2
***А. Р. Давыдович****
**Давыдович Анна Рудольфовна, кандидат экономических наук, доцент*
*Сочинский государственный университет туризма и курортного дела, г. Сочи*
davyanna@yandex.ru

# МЕТОДИКА ОЦЕНКИ СОЦИАЛЬНОЙ ЗНАЧИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИТАНИЯ, ПРЕТЕНДУЮЩИХ НА ГОСУДАРСТВЕННУЮ ЦЕЛЕВУЮ ПОДДЕРЖКУ БИЗНЕСА

*Ключевые слова: социальная значимость предприятий питания, государственная поддержка, место размещения, количество посадочных мест, классность, численность работающих, анализ основной деятельности.*

*Рассмотрена система оценки социальной значимости предприятий питания, претендующих на государственную целевую поддержку бизнеса. Предложена система взаимосвязанных показателей (количество посадочных мест, классность, площадь, численность работающих, анализ основной деятельности), совокупность которых позволит определить агрегированный показатель, отражающий приоритет претендента на государственную поддержку.*

Результаты анализа проведенных социологических обследований состояния и развития предпринимательской деятельности в общественном питании, исследование фактического состояния бизнеса в данной отрасли в Краснодарском крае вывели на первый план организационные проблемы его становления и развития.

Среди множества факторов организационного характера на первый план выдвигается проблема рационального выбора места размещения предприятия, которое должно обеспечить неудовлетворенный спрос потенциальных потребителей в услугах деятельности предприятий общественного питания с учетом дифференцированного уровня доходов населения. С другой стороны, выбранное место, тип предприятия, ассортимент услуг должны быть необходимыми и достаточными для прибыльности бизнеса.

Анализ показал, что наиболее доходные места размещения бизнеса общественного питания в центральной части города, офисных и престижных районах практически заняты. Возникает объективная необходимость стимулирования предпринимателей на выбор месторасположения предприятия в районах, которые могут быть оценены как место проживания населения со средним уровнем достатка. В этом случае имеет смысл говорить об участии государства в целевой поддержке такого социально ориентированного бизнеса. В то же время следует учитывать ограниченные возможности и мультипликативные последствия от такого рода вмешательства, особенно если участие может быть оценено как финансовая составляющая.

Таким образом, возникает проблема предварительной оценки бизнеса, претендующего на размещение на определенной территории и на государственную целевую поддержку. Представляется целесообразной разработка системы взаимосвязанных показателей, совокупность которых позволит определить агрегированный показатель, отражающий приоритет претендента. В первую очередь в систему должны включаться традиционные абсолютные территориальные показатели.

Одним из наиболее принятых в практике показателей предприятия общественного питания является количество посадочных мест или вместимость. Данный показатель показывает пропускную способность предприятия питания. Исходя из его значения предприниматель определяет необходимые площади, предназначенные для обслуживания посетителей [1].

С нашей точки зрения, необходимо его дополнить оценкой потребных площадей для изготовления продукции. Его расчет может исходить из производительности или количества выпускаемых блюд в смену. Вместимость и производительность предприятия определяются либо заданием на проектирование, либо проектом. В задании при необходимости дополнительно указывается количество мест для сезонного расширения, а также количество блюд для отпуска в офис или на дом.

Исходя из определения предприятий общественного питания оптимальное количество мест в зале общедоступных предприятий социальной направленности может характеризоваться следующими данными [2]:

- с самообслуживанием – 25–75 мест;
- с обслуживанием официантами – 25 мест.

Размещение общедоступных предприятий питания, их вместимость и тип следует предусматривать, руководствуясь схемами развития генеральных планов с учетом как нового строительства, так и реконструкции жилых домов, различных предприятий и общественных учреждений. При этом крупные предприятия питания городского значения (рестораны, бары, кафе большой и средней вместимости) целесообразно размещать в общественных и торговых центрах, на магистралях и площадях, вблизи остановок городского транспорта, станций метрополитена, вокзалов и в аналогичных местах оживленного движения населения, а также на рекреационных территориях.

Предприятия питания повседневного обслуживания вместимостью, как правило, от 25 до 75 мест (кафе, бары, столовые общедоступные, в том числе для пенсионеров, инвалидов и благотворительные) следует ориентировать на обслуживание живущих и работающих в пределах пешеходной доступности и размещать на территории жилых районов.

В жилых домах допускается размещать, как правило, встроенные или пристроенные предприятия питания вместимостью не более 50 мест с режимом функционирования до 23 часов без оркестрового сопровождения, а также кафетерии в составе предприятий торговли.

Обследованием предприятий питания установлена следующая пропускная способность при различных формах обслуживания в часы «пик», минут на одного человека:

- с предварительной оплатой – 1,4–1,6;
- с последующей оплатой – 2,6–3;
- с оплатой после приема пищи – 4–5.

Из этого следует, что эффективность раздач с оплатой после приема пищи в 1,5–1,7 раза выше, чем раздач с последующей оплатой, и в 2,9–3,1 раза выше, чем раздач с предварительной оплатой, что полностью окупит дополнительные затраты на организацию таких раздач.

*Таблица 1*

***Перечень услуг, необходимых для определения классности предприятия питания***

| Услуги, требующие специальных помещений или зон | Типы предприятий питания | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Ресторан | | | Бар | | | Кафе | Столовая | Закусочная |
| | Класс предприятия | | | | | | | | |
| | Люкс | Высший | Первый | Люкс | Высший | Первый | | | |
| Организация и обслуживание торжеств, семейных обедов, ритуальных мероприятий, участников семинаров, совещаний | + | + | + | - | - | - | + | - | - |
| Бронирование мест в зале | + | + | + | - | - | - | - | - | - |
| Продажа талонов и абонементов на обслуживание скомплектованными рационами | - | + | + | - | - | - | + | + | - |
| Организация и проведение концертов, программ варьете, видеопрограмм | + | + | + | + | + | - | + | - | - |
| Предоставление бильярда, настольных игр | + | + | - | + | + | - | - | - | - |
| Отпуск кулинарной продукции на дом | + | + | + | - | - | - | + | + | + |
| Продажа фирменных значков, цветов, сувениров | + | + | + | + | + | - | + | + | + |
| Предоставление парфюмерии, принадлежностей для чистки обуви | + | + | + | + | ± | ± | - | - | - |
| Мелкий ремонт одежды | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Предоставление потребителям телефонной и факсимильной связи | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Гарантированное хранение личных вещей потребителей | + | + | + | + | + | + | + | - | - |
| Концертная программа | + | + | - | - | - | + | - | - | - |

Вторым показателем рационального территориального выбора размещения предприятия питания является его классность. В табл. 1 приведен перечень услуг, которые, по мнению автора, могут быть использованы для определения классности малых предприятий питания.

Показатель классности отражает характерную особенность предприятий питания сочетанием стандартных и дополнительных функций, которые должны соответствовать назначению, местоположению и не противоречить градостроительному значению в системе городской застройки и окружающей среды, отражать климатические, исторические и национальные особенности конкретного места строительства, способствовать формированию городских ансамблей, общественно-торговых центров, парковых зон, курортных комплексов.

Третьим важным оценочным показателем, обобщающим первые два, является общее количество площади, занимаемой предприятием общественного питания, так как именно от его значения будет рассчитываться арендная плата или льгота на нее при государственной поддержке.

Проведенный нами сравнительный анализ минимально необходимой площади помещений для предприятий питания типа ресторан на 50 мест и общедоступная столовая на 50 мест показал, что по сравнению с работой на сырье для ресторана, работающего на полуфабрикатах, требуется меньше площади на 11,4%, а для столовой – на 18,6%. Для предприятий, работающих на полуфабрикатах высокой степени готовности, потребность в площади сокращается на 23% для ресторана и на 26% для столовой. Соответственно сокращается и потребность в капиталовложениях на строительство предприятий или расходы на аренду помещений для организации предприятия питания.

Четвертым предлагаемым показателем является численность работающих, которая отражает социальный аспект по предоставлению рабочих мест. Традиционно этот показатель рассматривают в расчете на одно предприятие питания и по его значению относят предприятие к крупному, среднему или малому. В данном случае оценки привлекательности территории для бизнеса целесообразно использовать несколько другой подход.

Предлагается в рассмотренные выше подходы к оценке предприятия общественного питания через традиционную совокупность показателей ввести аспект их рассмотрения через обеспеченность на 1000 жителей данной территории. Затем добавить к рассмотренному множеству дополнительный – объем товарооборота на 1000 жителей, который также покажет ориентацию на конкретную категорию населения и, соответственно, отразит уровень социальной направленности предприятия. Данный подход может также использоваться для проведения сопоставительного анализа территории с точки зрения оценки ее привлекательности для потенциального предпринимателя, ориентирующегося на определенный тип бизнеса.

И наконец, в дополнение к методике предлагается для оценки привлекательности предприятия со стороны государственных органов власти проводить комплексный анализ направлений хозяйственной деятельности предприятия питания.

Анализируя основную деятельность предприятия питания, необходимо прежде всего отметить особенность общего характера, которая заключается в том, что в процессе основной деятельности все средства предприятия, составляющие его капитал или активы, последовательно совершают кругооборот, состоящий из трех фаз:

1. В первой фазе капитал в денежной форме инвестируется в производственные средства (основные и оборотные), преобразуясь тем самым в производственную форму.

2. Во второй фазе производительный капитал в процессе изготовления кулинарной продукции преобразуется в товарную форму (включая и услуги).

3. В третьей фазе капитал в форме товаров и услуг по мере реализации вновь приобретает денежную форму, превращается в денежный капитал.

При этом следует учитывать инфляционный процесс, который быстро обесценивает накопления.

Таким образом, рассмотренная выше методика предлагается к использованию для оценки социальной значимости и привлекательности отдельных предприятий общественного питания, претендующих на государственную поддержку и различные льготы.

*Библиографический список*

1. Давыдович А. Р. Экономика и организация на предприятиях общественного питания : учеб. пособие / под ред. П. П. Чуваткина. – Сочи : РИЦ СГУТиКД, 2010. – С. 198.

2. ГОСТ Р 50762–2007 Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания. – М. : Издательство стандартов, 2008.

---

***A. R. Davidovich****

**Davidovich Anna, Ph.D. in Economics, Associate Professor of Sochi State University of Tourism and Recreation, Sochi*

davyanna@yandex.ru

## METHODOLOGY OF EVALUATING SOCIAL SIGNIFICANCE OF CATERING COMPANIES, CLAIMING THE STATE TARGET BUSINESS SUPPORT

*Key words: social significance of catering companies, state support, location, number of seats, classification, number of employees, analysis of the main activity.*

*The article considers the assessment of social significance of catering companies, claiming the state target business support. The author suggests the system of interrelated indicators (such as number of seats, class of catering company, area, number of employees, analysis of the main activity), which together will determine the aggregate indicator, reflecting the priority of the applicant for state support.*

---

*© Давыдович А. Р., 2011*

УДК 353
***Е. А. Кандрашина****
**Кандрашина Елена Александровна, доктор экономических наук, профессор*
*Самарский государственный экономический университет, г. Самара*
raf_eio@tolgas.ru

# ИССЛЕДОВАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК РЕГИОНА

*Ключевые слова: регион, функции региона, региональная система, региональное управление.*

*Актуальность рассмотрения проблемы разграничения понятий и определений, выяснение сущностного содержания некоторых экономических категорий обусловливаются возросшей ролью регионального управления, становлением местного самоуправления, влиянием территориальных организаций на социально-экономическое развитие территорий.*

К числу наиболее существенных причин, оказавших заметное влияние на темпы перехода России к рыночным отношениям, весь ход социально-экономических преобразований в стране, относится явная недооценка территориального (регионального) фактора. Процесс децентрализации государственного управления идет медленно, нередко встречая сопротивление центра. В то же время, получив значительные полномочия, ряд регионов становятся на путь сепаратизма, нарушений конституционных основ политической целостности государства. Нередки факты, когда принятые субъектами федерации законодательные акты противоречили Конституции Российской Федерации.

В современных условиях актуальность рассмотрения проблемы, связанной с разграничением понятий и определений региона и его функций, выяснения их сущностного содержания обусловливается возросшей ролью регионального управления. Следует отметить, что и в отечественной, и в зарубежной научной литературе нет четкого определения понятия «регион». Это является одной из причин многообразия направлений и методологических подходов в современных региональных исследованиях как в России, так и за рубежом.

Существует несколько подходов к определению понятия «регион» (табл. 1).

*Таблица 1*

***Подходы к определению понятия «регион»***

| Наименование подхода | Характеристика |
|---|---|
| Территориальный подход | Регион – это всегда территория, но границы территориальных образований разные. Регион может формироваться в рамках административно-территориальной единицы; объединять несколько территориальных единиц; являться частью административно-территориальных единиц; объединять территории нескольких стран или их часть |
| Экономический подход | Территория – это основа всего существующего (жизни), базой которого является производство, следовательно, экономические цели. Этот подход определяет регион как часть народно-хозяйственного комплекса страны, характеризующаяся завершенностью воспроизводственного процесса и в совокупности обеспечивающая целостность национальной экономики |
| Социально-экономический подход | Регион – это социально-экономическая система, основные звенья которой (материальное производство и социальная сфера) сбалансированы. С другой стороны, регион – это территориальное образование, имеющее собственное региональные органы управления и четко очерченные границы, в пределах которых воспроизводятся социальные и экономические процессы жизнеобеспечения населения. Кроме того регион – это система, образующая социальную общность |
| Административный подход | Регион – территория в административных границах Российской Федерации, характеризующаяся следующими основополагающими чертами: комплексностью, целостностью, специализацией и управляемостью, т. е. наличием политико-административных органов управления |
| Системный подход | Регион – множество связанных между собой компонентов той или иной природы, упорядоченное по отношениям, обладающим вполне определенными свойствами: это множество характеризуется единством, которое выражается в интегральных свойствах и функциях множества |

Базируя исследование на системной методологии, мы рассматриваем регион и его экономику как разнопорядковые системы. Рабочее определение системы должно в наибольшей мере учитывать специфическую сложность региональной экономической системы, в которой чрезвычайно велико количество частей и многообразны формы, способы их взаимодействия. В наибольшей мере этому требованию отвечает формулировка В. С. Тюхтина: «множество связанных между собой компонентов той или иной природы, упорядоченное по отношениям, обладающим вполне определенными свойствами: это множество характеризуется единством, которое выражается в интегральных свойствах и функциях множества» [6].

Широкое распространение имеет определение региона как определенной территории страны или нескольких стран с более или менее однородными природными условиями и характерной направленностью развития производительных сил на основе сочетания комплекса природных ресурсов с соответствующей сложившейся материально-технической, производительной и социальной инфраструктурой, а также своеобразием социально-политических условий [2]. Но в приведенном определении не сделан акцент на экономической системе региона, что, на наш взгляд, является серьезным упущением.

С экономической точки зрения под термином «регион» принято понимать «территориально специализированную часть народного хозяйства страны, характеризующуюся единством и целостностью воспроизводственного процесса». При этом региональный хозяйственный комплекс следует рассматривать не как изолированное явление, а как совокупность взаимосвязанных элементов, в рамках которой каждому элементу принадлежат четко определенные место и функции. «Хозяйственный комплекс региона – это функционирующая система, а следовательно, обладающая определенной устойчивостью, и одновременно система развивающаяся, изменяющаяся» [7].

Однако наряду с экономическим определением термин «регион» конкретизируется юридическим и административным моментами.

Так, В. Г. Игнатов и В. И. Бутов дают следующую трактовку понятия: «Регион – территория в административных границах Российской Федерации, характеризующаяся следующими основополагающими чертами: комплексностью, целостностью, специализацией и управляемостью, т. е. наличием политико-административных органов управления» [3]. Заметим, что в данном определении региона, как и в большинстве других, воспроизводится заложенное еще экономико-географической традицией понимание данной категории как прежде всего определенной территории, идентифицируемой по тем или иным признакам и интегрируемой в состав более крупного территориально-хозяйственного образования.

Данного подхода придерживается и ведущий современный российский экономист-регионовед А. Г. Гранберг, рассматривающий регион как «определенную территорию, отличающуюся от других территорий рядом признаков и обладающую некоторой целостностью, взаимосвязанностью составляющих ее элементов» [1].

Упрощенный подход к рассмотрению региона как чисто внутригосударственному территориальному образованию характерен и для А. Магомедова, который использует понятие «регион» как тождественное понятию «субъект Российской Федерации», также в качестве синонимов им используются понятия «провинция», «земли» и «локальные сообщества» [4].

Более широкий подход к изучению понятия «регион» мы находим в исследованиях Э. Маркузен, определившей регион как исторически эволюционирующее, территориально компактное сообщество, которое содержит в себе физическое окружение, социально-экономическую, политическую и культурную среду, а также пространственную структуру, отличную от иных регионов и территориальных единиц, таких как город или нация [8].

Также интересны рассуждения С. С. Шаталина. По его мнению, понятие «регион» характеризует определенный социально-экономический организм, структура которого должна обеспечить повышение эффективности использования общественных фондов потребления, развития социальной и производственной инфраструктур [7]. При этом возможно, хотя и необязательно отождествление региона с административной структурой.

Целям исследования региональной экономики как системы и ее свойств в наиболь-

шей мере отвечает определение региона, приведенное С. С. Шаталиным: «Регион – социально-экономическая система, функционирующая в пределах территориальных границ субъектов Российской Федерации, структура которой должна обеспечить повышение эффективности использования общественных фондов потребления, развития социальной и производственной инфраструктур». Оно позволяет изучать как регион, так и его экономику с позиций системного подхода как сложные экономические системы, обладающие собственной спецификой. Выявление данной специфики, с одной стороны, позволяет более глубоко понять механизмы функционирования и развития региональной экономики и, с другой стороны, требует исследования еще одной важной экономической категории – «региональной экономической системы».

Регионам как административно-территориальным образованиям присущи определенные функции, без выявления которых трудно понять роль и значение региона в развитии общества. В. С. Бильчак и В. Ф. Захаров, авторы работы «Региональная экономика» [8], предлагают рассматривать региональную систему через совокупность взаимосвязанных функций.

Содержательное проявление общих и частных функций региона отражено в табл. 2.

*Таблица 2*

***Содержательное проявление общих и частных функций региона***

| Функция | Содержательное проявление |
|---|---|
| ОБЩИЕ ФУНКЦИИ | |
| Региональная функция предложения | Выражает зависимость объема товаров и услуг от числа предприятий в регионе, их производственной мощности и финансовой стратегии |
| Региональная функция спроса | Характеризует зависимость платежеспособности всех субъектов регионального рынка товаров и услуг от уровня их доходов и цен |
| Функция региональной активности | Является производной от трудовой активности населения, его мотивации и ориентирования. Эта функция также выражает зависимость трудовой активности населения от его социального характера и способность региона функционировать как самосохраняющаяся система. Она выражается в целесообразной деятельности по преобразованию экономического пространства и условий хозяйственной деятельности в регионе |
| Функция специализации региона | Выступает как во внутренней, так и во внешней в форме. Внутренняя функция выражается в приоритетном развитии какой-либо одной или нескольких отраслей региональной экономики, которая имеет доминирующее значение в региональном хозяйственном комплексе. Внешняя функция специализации региона определяется тем объемом и структурой производства товаров и услуг, которые пойдут не только на удовлетворение внутрирегиональных потребностей, но и на их реализацию в других регионах страны |
| ЧАСТНЫЕ ФУНКЦИИ | |
| Хозяйственная функция | Своим воздействием должна обеспечить достижение устойчивого экономического роста, эффективное использование производственного и научного потенциала, создание в регионе необходимой рыночной конъюнктуры и конкуренции, а также его инвестиционной привлекательности |
| Демографическая функция | Включает обеспечение продуктивной занятости населения, учет социальных факторов, влияющих на естественный прирост, воспроизводство населения и формирование трудового потенциала региона |
| Экологическая функция | Связана с решением проблем утилизации отходов, снижения материалоемкости производства, очистки сточных вод и т. д. Основной целью этой функции является согласование естественных воспроизводственных циклов биосферы и экономических циклов регионального воспроизводства. Значение и необходимость улучшения качества окружающей среды обусловлены еще и тем, что от него зависят условия жизни и здоровье населения |
| Социально-бытовая функция | К социально-бытовой функции региональной экономики относится жилищное строительство |

Главной задачей функции регионального управления является воспроизводство региона как социально-экономической системы. В этом аспекте регион как система осуществляет четыре функции: адаптивную, целедостигающую, интегративную и функцию

регулирования скрытых направлений системы. Поэтому их реализация механизмами регионального управления происходит посредством планирования, организации учета, контроля и регулирования.

Обобщая вышесказанное, можно выделить главный фактор определения региона во всех приведенных выше дефинициях понятия «регион» – соответствие границ региона той или иной единице территориально-политического устройства. При этом не следует выпускать из виду того, что территория выступает условием, но не причиной формирования региона, т. к. регион не является только географической категорией, и нельзя отождествлять понятия «регион» и «территория». Территориальная составляющая существенна для любого региона, поскольку она является базисом как его формирования, так и его существования. Любой регион представляет собой территорию, но одного территориального компонента недостаточно для того, чтобы назвать территорию регионом. Необходимой предпосылкой формирования региона на определенной территории является наличие специфики экономического состава и организации.

*Библиографический список*

1. Гранберг А. Г. Региональная экономика и региональная наука в России: десять лет спустя // Регион: экономика и социология. – 2004. – № 1.

2. Добрынин А. И. Региональные пропорции воспроизводства. – Л., 2005.

3. Игнатов В. Г. Регионоведение : учеб. пособие / В. Г. Игнатов, В. И. Бутов. – Ростов н/Д, 1998.

4. Магомедов А. К. Мистерия регионализма. – М. : МОНФ, 2000.

5. Розанова Т. Г. Региональная экономическая система. – М., 2005.

6. Тюхтин В. С. Отражение, системы, кибернетика. – М. : Наука, 1972.

7. Шаталин, С. С. Функционирование экономики развитого социализма: Теория, методы и проблемы / С. С. Шаталин. М., 1982.

8. Markusen, A. Regions: Economics and Politics of Territory / A. Markusen. Rowman and Littlefield Publishers, 1987.

---

***E. A. Kandrashina****

**Elena Kandrashina, Doctor of Economic Sciences, Professor of Samara State Economic University, Samara*

raf_eio@tolgas.ru

## STUDY OF FUNCTIONAL AND CONSTITUTIVE CHARACTERISTICS OF THE REGION

*Key words: region, regional functions, regional system, regional administration.*

*The article considers the necessity of differentiating concepts and definitions, and clarification of the essential content of certain economic categories. This issue becomes especially important due to the increased role of regional governance, the emergence of local government, as well as the influence of regional organizations on socio-economic development of territories.*

---

*© Кандрашина Е. А., 2011*

УДК 314.723
***О. В. Кузнецова****
**Кузнецова Ольга Вячеславовна, аспирант*
*Самарская академия государственного и муниципального управления, г. Самара*
ola.kuz@yandex.ru

# ОЦЕНКА МИГРАЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ РОССИИ (НА МАТЕРИАЛАХ ПО ГОРОДУ САМАРЕ)

*Ключевые слова: селитебная миграция, миграционная привлекательность, потенциальный мигрант, регион, Самара, опрос.*

*Представлен анализ потенциальной внутренней миграции Самарской области с точки зрения выбытия. На примере Самары анализируются данные опроса жителей на предмет миграционных предпочтений и их причин. Также анализируются факторы миграционной привлекательности региона для разных социальных групп. Делаются выводы о влиянии выталкивающих и притягивающих факторов миграции на решение о смене места жительства.*

Внутристрановая миграция играет исключительно важную роль в развитии экономики страны на современном этапе. В условиях естественной убыли населения грамотное перераспределение трудовых ресурсов может оказать благотворное влияние на темпы роста экономики, так как привлечение внешних мигрантов в большом количестве приводит к смешиванию культур, образа жизни и уменьшению доли русского населения в общенациональном составе страны.

Автором рассматривается понятие межрегиональной селитебной миграции, под которой понимается фактическое переселение людей из одного региона в другой с целью постоянного проживания, сопровождающееся изменением статуса.

В целом миграционный процесс можно представить как совокупность трех стадий:

1. Территориальная подвижность населения (потенциальная миграция):

1.1. Склонность к переселению.

1.2. Социально-психологическое состояние.

1.3. Желание смены места жительства.

1.4. Неудовлетворенность окружающей обстановкой.

2. Миграционная подвижность:

2.1. Способность к миграции.

2.2. Совокупность всех осуществленных перемещений (миграционный опыт).

3. Миграция:

3.1. Принятие решения о переезде.

3.2. Поиск возможных вариантов.

3.3. Адаптация.

Высокая миграционная подвижность не может означать высокую долю мигрантов, так же как и не все потенциальные мигранты имеют богатый миграционный опыт. В конце семидесятых годов Т. И. Заславская выявила, что помимо практической реализации склонности к переселению есть и процесс формирования потенциальной склонности к миграции; положительное отношение к мобильности, сочетающееся с принятым, но еще не реализованным решением о перемещении в сфере труда, представляет собой потенциальную мобильность [2]. Для миграции из села в город Л. В. Корель отмечала, что потенциальная миграция представляет собой психологическое состояние готовности сельского жителя к отъезду из села [4].

Мобильность зависит прежде всего от числа совершенных переселений, продолжительности проживания в районе выхода или месте вселения. Сочетание различных обстоятельств может привести к тому, что лица, обладающие меньшей миграционной подвижностью, то есть миграционной биографией или опытом, окажутся в числе потенциальных мигрантов, тогда как мигранты, имеющие за плечами опыт многих перемещений, войдут в состав постоянного населения. Тем не менее при равных условиях жизни лица, обладающие большей миграционной подвижностью, имеют, как правило, и большую психологическую готовность к переселению. Человек, обладающий большим миграционным опытом, скорее примет решение вновь переселиться, если его не удовлетворяют условия жизни в последнем месте жительства, чем тот, кто родился в данной местности и прожил там всю свою жизнь [5].

Современные исследования миграционных процессов подразумевают оценку определенных территорий по уровню их привлекательности для мигрантов. Миграционная привлекательность исходя из смыслового содержания слова «привлекательность» является понятием субъективным, иными словами – она определяется субъективным восприятием объекта миграционного процесса. Региональная миграционная привлекательность определяется совокупностью притягивающих факторов в принимающий регион и отталкивающих факторов региона-донора.

Таким образом, миграционная привлекательность территории – это субъективное восприятие степени потенциального изменения качества жизни в условиях миграции населения. Миграционная привлекательность отражает субъективное отношение потенциального мигранта к возможности проживания на данной территории.

Миграция оказывает влияние на демографические процессы: половозрастная и социальная структуры населения, темп и образ жизни, обычаи и привычки – все это может быть подвергнуто изменению под воздействием мигрантов. Города-доноры страдают из-за сокращения численности населения (подавляющее большинство городов характеризуются естественной убылью), что снижает налогооблагаемую базу, приводит к упадку производства и т. п.

Миграции влияют на уровень социально-экономического развития регионов. Приток квалифицированных кадров в районы нового освоения позволяет развивать в них не только сырьевые, но и технически более сложные производства по глубокой комплексной переработке добываемого сырья. Создаваемые переселенцами новые города, промышленные объекты, сельскохозяйственные предприятия повышают экономический потенциал территории. Миграции трудоспособного населения непосредственно влияют на рынок рабочей силы, сокращая (при отъезде) или увеличивая (в случае приезда) ее предложение, зачастую обостряя конкуренцию на рынке труда [3].

Также при определении миграционной привлекательности не следует забывать о миграционной емкости, т. е. о физической и экономической возможности для принятия определенного количества человек для постоянного проживания. Развитость отраслей городского хозяйства определяет физическую величину миграционной емкости. Возможности принятия и размещения новых жителей в существующем жилом фонде, городской пассажирский транспорт, пропускная способность уличной дорожной сети, мощности коммуникаций – все это ограничивает максимальное количество проживающих в городе. Как только численность начинает превышать эту границу, в городе начинаются проблемы (заторы на дорогах, неравномерное движение общественного транспорта, ухудшение качества коммунальных услуг в связи с точечной застройкой, забирающей на себя часть ресурсов, и т. д.).

К основным факторам внутренней миграции, как правило, относят экономические и социальные причины, такие как стремление найти работу, обеспечить определенный уровень дохода, материальное положение. Также люди хотят получить доступ к социальным, образовательным и иным ресурсам.

Стоит отметить, что все факторы миграционной привлекательности территории можно условно разделить на:

1) притягивающие – это всевозможные достоинства потенциального места жительства новоиспеченного мигранта;

2) выталкивающие – это те негативные факторы, которые заставляют задуматься о смене места жительства.

На миграционную привлекательность территории оказывают влияние множество факторов, которые можно условно разделить на несколько групп:

1. Природные факторы: климатические условия, рельеф местности, наличие разработок полезных ископаемых, гидроресурсов, плодородие используемых в хозяйстве почв, характер растительности. Во многих случаях главными среди природных факторов, влияющих на миграцию населения, являются климатические условия, влияние остальных природных условий в основном опосредованно и осуществляется через степень освоенности территории. Со спецификой природных условий связаны региональные различия в расходах населения на питание, одежду, обувь, топливо, отдых.

2. Экономические факторы. Они играют наиболее существенную роль среди факторов, от которых зависит миграция населения. Разные авторы используют разные показатели для оценки данного фактора, как, например, индекс хозяйственного развития терри-

тории или валовой региональный продукт на душу населения.

3. Трудовые факторы. Характеризуются состоянием на рынке труда, относительным показателем количества безработных, уровнем средней заработной платы. Миграцию, основанную на трудовом факторе, называют трудовой миграцией.

4. Социокультурные факторы. Одной из причин выбора того или другого города для проживания (это в равной степени относится и к выталкивающему фактору) может стать наличие или отсутствие культурной жизни, этнический и национальный состав, уровень культуры.

5. Экстремальные факторы. К ним относят чрезвычайные природные, политические, криминальные ситуации, под влиянием которых формируются потоки беженцев и вынужденных переселенцев. Вероятность опасных природных явлений и процессов, препятствующих нормальной хозяйственной деятельности и нередко приводящих к катастрофам с человеческими жертвами, может стать выталкивающим фактором для мигрантов.

6. Бытовой фактор. К нему можно отнести миграции по семейным и личным причинам, таких как соединение (воссоединение) семей, возвращение на историческую родину, необходимость ухода за близкими и прочее.

Оценивая миграционную привлекательность территории можно использовать рейтинговый метод из-за его наглядности и простоты подсчетов. Он основан на сравнении между собой и расположении в определенном порядке (ранжировании) отдельных показателей миграционной привлекательности и предполагает составление рейтингов (ранжированных по определенным признакам рядов) показателей. Показатели миграционной привлекательности отражены на рис. 1.

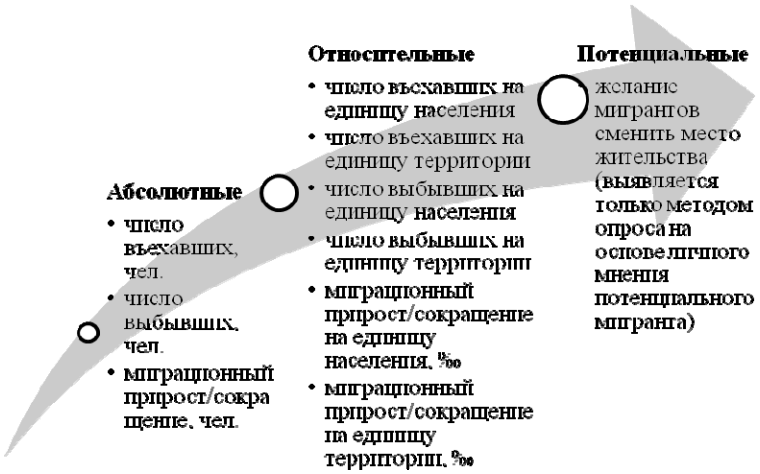



***Рис. 1.*** *Показатели миграционной привлекательности*

Для расчета потенциального показателя миграционной привлекательности территории необходимо оценить количество желающих въехать в регион для постоянного проживания при благоприятной ситуации (население 15 лет и старше). Этот метод подразумевает проведение опроса населения на предмет их миграционных предпочтений и самого желания сменить место жительства. В связи с этим он является наиболее трудоемким, затратным, имеет большую долю погрешности (погрешность снижается с ростом числа опрашиваемых респондентов).

В качестве базы исследования был выбран город Самара. Предполагается оценить миграционные предпочтения жителей, а также установить причины того или иного выбора. В качестве способа получения информации существуют два класса: интервью и анкета. В проводимом исследовании была выбрана анкета. Она представляет собой определенным образом организованный набор вопросов, каждый из которых логически связан с задачей исследования. Задачами в данном случае являются:

- определение доли потенциальных мигрантов;

- определение наиболее привлекательных мест для селитебной миграции;

- распределение по социальным группам всех потенциальных мигрантов и выявление предпочтений в зависимости от выбранного критерия;

- выявление причин, побуждающих к выбору наиболее привлекательных мест для проживания.

Объектом исследования будет являться население города Самары старше 15 лет (генеральная совокупность). Выборка представлена частью населения разных возрастов и уровня доходов (определение случайным образом). Предметом являются миграционные предпочтения потенциальных мигрантов. Гипотеза: уровень потенциальной миграции зависит от таких факторов, как возраст, пол, род деятельности, уровень доходов, уровень счастья и давность проживания на данной территории.

Для проведения опроса была составлена анкета, которая была роздана 101 респонденту для заполнения. Опросный лист содержит в себе 5 закрытых, 1 открытый и 1 полузакрытый (комбинирует в себе оба вида) вопросы.

Перечень вопросов анкеты (начальный возраст опрашиваемых – 15 лет):

1. Укажите Ваш возраст:

- до 18 лет;
- 19–35 лет;
- 36–50 лет;
- 51 и более.

2. Укажите Ваш пол:

- мужской;
- женский.

3. Укажите род деятельности:

- учащийся;
- работающий;
- безработный;
- пенсионер/на инвалидности.

4. Укажите уровень Вашего ежемесячного дохода (в рублях)

- до 6000;
- 6000–18000;
- 18000–50000;
- 50000 и более.

5. Оцените уровень Вашего личного счастья по 10-балльной шкале _____.

6. Давно ли Вы проживаете в городе Самаре:

- менее года;
- 1–5 лет;
- 5–10 лет;
- более 10 лет/всю жизнь.

7. Какой из городов России для Вас наиболее привлекателен для проживания _____ и почему (возможно несколько вариантов):

- большие возможности для самореализации;
- более высокий уровень доходов;
- жители живут более счастливо;
- лучшие природно-климатические условия;
- лучше политическая и социальная ситуация;
- лучше экологическая обстановка;
- другое _____.

Распределение возрастов в первом вопросе анкеты обусловливается тем, что до 18 лет гражданин еще не имеет всех прав в полном объеме (если судом не установлено иное), у человека нет такого останавливающего фактора, как работа, мир полон возможностей для самореализации; до 35 лет психологически легче сменить место жительства, он лучше адаптируется к новым условиям проживания, но уже сложилась семья (берется основное большинство) и есть стимул к поиску оптимальных условий проживания; 50 лет – пороговый предпенсионный возраст, когда все новое воспринимается с опаской, а миграционная подвижность минимальна без объективных внешних факторов. Также важно разделение по роду деятельности и получаемому доходу, который был разделен по критериям отнесения к социальным классам. Прожиточный минимум в 2011 году в России на душу населения составляет 5902 рубля, для трудоспособного населения – 6367 рублей, для пенсионеров – 4683 рубля и для детей – 5709 рублей [7]. Поэтому граждане, получающие менее 6000 рублей ежемесячно, считаются нищими. Категория бедных простирается от прожиточного минимума до средней заработной платы (немногим более 18000 рублей) [6]. Следующий порог – это 50000 рублей, именно он (по разным данным, он значительно варьируется) обеспечивает прохождение в средний класс. Давность проживания в городе может сказать о миграционной истории: человек, хоть раз совершавший переезд, более миграционно подвижен, нежели старожил.

В опросе участвовал 101 респондент. С учетом того, что численность проживающих в Самаре по данным 2011 года составляет 1 164 898 человек, выборка составляет 0,01% от генеральной совокупности [8].

Все полученные данные были сгруппированы для дальнейшего анализа с помощью табличного редактора Microsoft Excel (рис. 2). С одной стороны, все респонденты были распределены на группы по 6 признакам: пол, возраст, сфера деятельности, уровень дохода, уровень личного счастья и длительность проживания в Самаре (данные по вертикали). С другой стороны, всех опрашиваемых можно разделить по миграционным предпочтениям (данные по горизонтали).

| | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | O | P | Q | R | S | T | U |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | | | Самара | Москва | Спб | Нет такого | | Владивос | Саратов | Ярославл | Краснода | Сочи | Анапа | Отрадный | Смоленск | Пермь | Белгород | Пенза | Волжский | Воронеж | Гагры |
| 2 | возраст | м18 | 7 | 3 | 1 | | | | 1 | 1 | 1 | | 1 | | | 1 | | | | 1 | |
| 3 | | 19-35 | 23 | 5 | 6 | 3 | | 1 | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | 1 | 1 | | | | |
| 4 | | 36-50 | 8 | 2 | 4 | 4 | | 1 | | | | 1 | | 1 | | | 1 | 1 | 1 | | |
| 5 | | 51и б | 7 | 2 | 1 | 2 | | | | | | | | 2 | | | | | | | |
| 6 | пол | м | 24 | 4 | 5 | 4 | | 1 | 1 | | | 1 | 2 | | | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| 7 | | ж | 21 | 8 | 7 | 5 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 3 | 1 | | 1 | | | | |
| 8 | деят | учащ | 15 | 4 | 4 | 1 | | 1 | 2 | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 2 | 1 | | | 1 | |
| 9 | | раб | 24 | 5 | 6 | 7 | | | | | | 1 | 1 | 2 | | | | 1 | 1 | | |
| 10 | | безраб | 3 | 2 | 2 | | | 1 | | | | | | | | | 1 | | | | |
| 11 | | пенс | 3 | 1 | | 1 | | | | | | | | 1 | | | | | | | |
| 12 | доход | доб | 15 | 6 | 5 | 1 | | 1 | 2 | 1 | 1 | | 1 | | 1 | 1 | 1 | | | | |
| 13 | | б\18\ | 20 | 5 | 5 | 6 | | 1 | | | | 2 | | 2 | | 1 | | | | 1 | |
| 14 | | 18\50 | 9 | 1 | 2 | 2 | | | | | | | 1 | 1 | | | 1 | 1 | 1 | | |
| 15 | | 50иб | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 16 | сч | 1\3 | 3 | | | | | 1 | | | | | 1 | | | | | | | | |
| 17 | | 4\6 | 8 | 3 | 2 | 3 | | | 2 | | | | | | 1 | | | | | | |
| 18 | | 7\9 | 23 | 6 | 7 | 3 | | | | 1 | | 1 | 1 | 3 | | 2 | 2 | 1 | | 1 | |
| 19 | | 10\ | 11 | 3 | 3 | 3 | | 1 | | | 1 | 1 | | | | | | | 1 | | |
| 20 | давно | м1 | 1 | 1 | | | | | 2 | | | 1 | 1 | | | | | | | | |
| 21 | | 1\5 | 2 | | 1 | 1 | | | | | | | | | | 1 | | | 1 | | |
| 22 | | 5\10 | 5 | | 2 | 1 | | | | | | | | 1 | | | | | | | |
| 23 | | б10 | 37 | 11 | 9 | 7 | | 2 | | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | | 1 | |
| 24 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

***Рис. 2.*** *Анализ результатов опроса*

В ходе анализа выяснилось, 53,47% респондентов не относятся к потенциальным мигрантам, так как не выбрали город – 9% или выбрали Самару – 45%. Наиболее популярными городами для потенциальной миграции оказались Москва и Санкт-Петербург, набравшие по 12% от общей суммы отвечавших. Также были названы Саратов, Ярославль, Краснодар, Сочи, Владивосток, Смоленск, Белгород, Пенза, Воронеж, Астрахань, Владимир, Екатеринбург и некоторые малые города. Распределение городов по миграционной привлекательности отражено на рис. 3.

Несмотря на то что объем реальной миграции в столицу превышает миграционный поток в Санкт-Петербург, для респондентов они одинаково привлекательны (анализ причин потенциальной миграции приведен ниже). Также интересен факт привлечения мигрантов в города-курорты для постоянного проживания: несмотря на сезонность работы, часть опрошенных назвала курортные города довольно привлекательными.

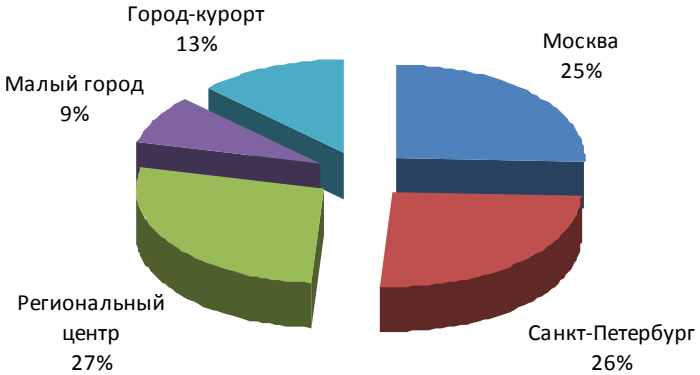



***Рис. 3.*** *Распределение городов по миграционной привлекательности*

Следует отметить, что города-курорты больше привлекают мужчин для постоянного проживания, тогда как стать жителями малых городов больше хотят женщины. Тем не менее столицу и Санкт-Петербург выбирали скорее представительницы прекрасного пола с коэффициентом 1 к 2. Для не мигра-

ционно активного населения разницы по данному критерию не прослеживается.

Пенсионеры чаще выбирают родной город и не хотят переезжать либо хотят переехать в город, откуда они родом. 46% учащихся желают остаться в Самаре (либо не выбрали город), по 11% остановились на Москве и Санкт-Петербурге, остальные предпочитают крупные города – региональные центры. По 6% работающих граждан привлекают курорты и небольшие города, хотя основная масса (62%) не относятся к потенциальным мигрантам. Среди безработных треть не пожелали переезжать куда-либо. Таким образом, к наиболее потенциально подвижному населению относятся безработные, затем идут учащиеся, работающие и пенсионеры. Данное положение вполне объяснимо и вписывается в контекст поставленной гипотезы.

Если рассмотреть критерий дохода, то 43% нищих, 59% бедных, 58% из среднего класса выбрали родной город. Люди, уровень личных доходов которых крайне мал, потенциально более миграционно активны, а значит, фактор заработной платы воздействует на решение о смене места жительства.

Как показал анализ, уровень счастья, так же как и давность проживания в городе, не оказывает существенного влияния на миграционные предпочтения.

Интересен феномен выбора более мелкого города, тогда как основные миграционные потоки идут из села в город, из маленького в более крупный город и так далее. Большие города все больше укрупняются на фоне упадка деревень и небольших городков. Если посмотреть социальный состав потенциальных мигрантов таких населенных пунктов, то можно выделить старшее поколение (35–50 и 51 и более), имеющее работу, хороший уровень дохода (18–50 тысяч рублей) и оценивающий уровень личного счастья выше 7. Такие люди попадают под определение нового типа мигрантов – дауншифтеров. Дословно дауншифтинг означает жизненную философию «жизни ради себя», «отказа от чужих целей» [1]. Применительно к миграционным процессам селитебная миграция содержит в себе небольшую долю таких перемещений. Они могут быть связаны с употреблением или выращиванием органических продуктов, особым отношением к мусору и его вторичной переработке, более чистой средой обитания, экономией энергии, отказом от стрессовой работы, замедлением темпа жизни.

Анализ причин для возможного переезда произведен в табл. 1.

*Таблица 1*

***Анализ факторов миграционной привлекательности****

| Причины | Москва | Санкт-Петербург | Столица региона | Малый город | Город-курорт |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. Большие возможности для самореализации | 5 | 9 | 4 | | 2 |
| 2. Более высокий уровень доходов | 11 | 6 | 3 | 1 | 3 |
| 3. Жители живут более счастливо | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 |
| 4. Лучшие природно-климатические условия | | 1 | 4 | 6 | 6 |
| 5. Лучше политическая и социальная ситуация | 1 | 1 | 1 | | |
| 6. Лучше экологическая обстановка | | 1 | 6 | 4 | 5 |
| 7. Высокий уровень культуры | | 5 | | | 1 |
| 8. Просто нравится | | | 1 | | 1 |
| 9. Тихий спокойный город | | | | 2 | |
| 10. Там живут родственники или друзья | | 1 | 2 | | |
| 11. Красивый внешний облик | | 3 | 1 | 1 | |

**Данные отображают количество ответов респондентов.*

По результатам анализа можно сделать вывод, что Москва привлекает высоким уровнем доходов и возможностями для самореализации. Северная столица отличилась помимо двух вышеназванных причин высоким уровнем культуры и красивым внешним обликом города. Региональные центры могут похвастаться лучшей экологической обстановкой, возможностями для самореализации и хорошими природно-климатическими ус-

ловиями с точки зрения отвечающих. Стоит отдельно отметить Владивосток, который привлекает близостью к более развитой Японии, возможностью покупки более дешевого праворукого автомобиля и развитой рыболовецкой отраслью. Остальные крупные города принадлежат европейской части России, что соответствует общей карте миграционных потоков (основные потоки внутренней миграции идут с востока на запад).

Полученные результаты можно сгруппировать без учета места потенциального выезда и отобразить на рис. 4.

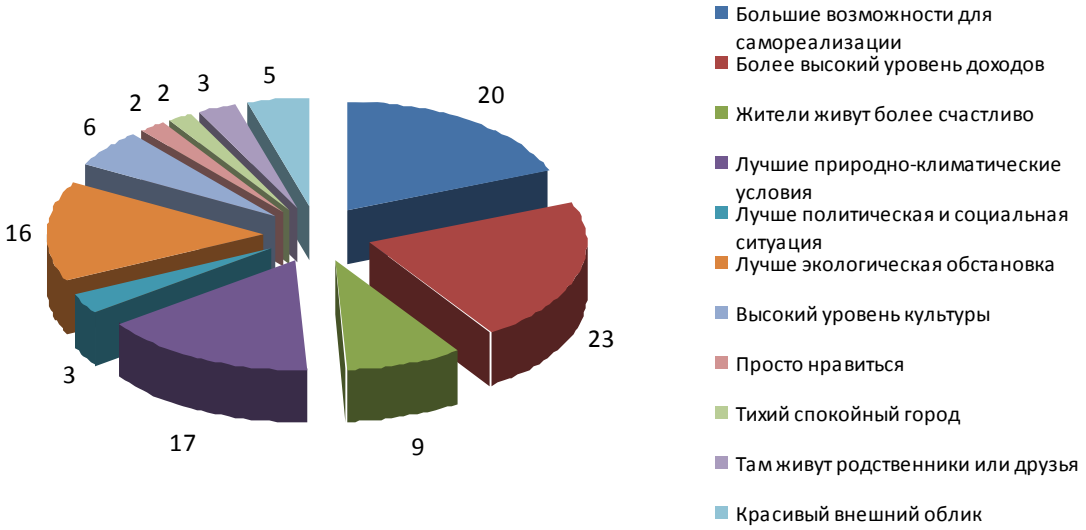



***Рис. 4.*** *Анализ притягивающих факторов*

Таким образом, основной причиной смены места жительства является возможность получения более высоких доходов. Второе место занимает возможность самореализации, третье – лучшие природно-климатические условия. Наименьшее внимание уделяется политической и социальной ситуации, размеренному образу жизни, близости проживания к родственникам или друзьям (последнее в связи с возможным отсутствием таковых). Несмотря на плохую экологическую обстановку в крупных городах, в том числе и в Самаре, 15% респондентов уделяют этому вопросу внимание.

На фоне естественной убыли населения в связи с высокой смертностью и крайне низкой рождаемостью единственной возможностью развития региона является привлечение населения за счет миграции для проживания населения. В связи с тем, что внешняя миграция сопряжена с определенными трудностями, носящими объективный характер, наиболее рациональным вариантом решения проблемы нехватки трудовых ресурсов является внутренняя миграция.

Выявленные результаты исследования потенциальной миграционной привлекательности регионов РФ могут быть использованы в дальнейшем исследовании миграционных предпочтений населения. С помощью притягивающих факторов можно непосредственно влиять на внутренние миграционные потоки органам исполнительной власти, миграционным службам и органам государственной статистики для наиболее эффективного перераспределения трудовых сил на территории страны.

*Библиографический список*

1. Бутонова Н. В. Дауншифтинг. Новое правило-отказ от всяческих правил : монография / под ред. Е. Э. Суровой и С. А. Рассадиной. – СПб. : ИД «Петрополис», 2009. – С. 169–176.

2. Заславская Т. И., Рыбаковский Л. Л. Процессы миграции и их регулирование в социалистическом обществе // СОЦИУС. – 1978. – № 1. – С. 80.

3. Квитко О. Современная миграционная ситуация на Дальнем Востоке // Новый Дальний Восток. Приложение к Вестнику ДФО. – 2008. – 12 июня. – С. 100.

4. Корель Л. В. Перемещения населения между городом и селом в условиях урбанизации. – Новосибирск, 1982. – С. 111–112.

5. Рыбаковский Л. Л. Миграция населения (очерки теории и методов исследования). Режим доступа: http://viperson.ru/wind.php?ID=250095&soch=1

6. http://bank.ru/publication/show/id/9379/

7. http://damoney.ru/dengi/projitochnyi-minimum-2010.php

8. http://www.samru.ru/society/novosti_samara/55201.html

---

***O. V. Kuznetsova****

**Kuznetsova Olga, graduate student of*
*Samara Academy of Public Administration, Samara*
ola.kuz@yandex.ru

**EVALUATION OF MIGRATION ATTRACTIVENESS OF RUSSIAN REGIONS (BY EXAMPLE OF SAMARA)**

*Key words: residential migration, migration attractiveness, potential migrant, region, Samara, survey.*

*The article features the analysis of potential inner migration of Samara region in terms of leaving the region. By example of Samara the author has analyzed the information received through interviewing the population about the immigration preferences and their reasons. She has also analyzed the factors of migration attractiveness of the region among different social groups. Certain conclusions were drawn about the effect of rejecting and attracting migration factors on the decision to change residence.*

---

*© Кузнецова О. В., 2011*

УДК 334.06:001.32
***А. А. Нечитайло****
**Нечитайло Александр Анатольевич, доктор экономических наук, профессор*
*Самарский государственный аэрокосмический университет*
*им. академика С. П. Королева, г. Самара*
ip.ssau@mail.ru
***С. А. Нечитайло****
**Нечитайло Сергей Александрович, заведующий лабораторией*
*Самарский государственный аэрокосмический университет*
*им. академика С. П. Королева, г. Самара*
ip.ssau@mail.ru

# ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФОРМА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА

*Ключевые слова: образовательный франчайзинг, доходы вуза, роялти, рынок образовательных услуг.*

*Предлагается один из возможных вариантов развития системы предпринимательства в высшем образовании. Обоснован один из способов увеличения сегмента и доходов вуза на рынке образовательных услуг – образовательный франчайзинг. Предложены определения по отношению к образовательному франчайзингу: вузовский франчайзинг, франшиза, роялти. Проводится аналогия достоинств и недостатков между образовательным и предпринимательским франчайзингом.*

Рыночная экономика – это прежде всего экономика свободного предпринимательства. Только рынок создает наилучшие и благоприятные предпосылки для образовательной деятельности. В предпринимательстве, в свою очередь, концентрируются наиболее характерные свойства и качества рыночных отношений. Именно поэтому переход к рынку образовательных услуг невозможен без изучения и развития всестороннего опыта предпринимательства в его самых разнообразных формах и видах.

Развитие предпринимательства означает все большее проявление активности главного действующего лица экономики – хозяйствующего субъекта и его предпринимательских способностей. Очевидно, что успешное решение стоящих перед страной экономических и социальных задач во многом зависит от предпринимательской активности и инновационной активности также и на рынке образовательных услуг. Перевод большинства вузов в бюджетные государственные образовательные учреждения, несомненно, будет способствовать их рыночной активности.

Конечно, в условиях переходного периода к рынку часто наблюдается стремление к чисто коммерческому, спекулятивному образовательному предпринимательству при относительно небольших масштабах качественных образовательных услуг, что нельзя признать нормальным явлением.

В связи с такой ситуацией важно обеспечить оптимальное сочетание предоставляемой вузам свободы и устанавливаемых ограничений, а в отдельных случаях и запретов на определенные способы осуществления деятельности. Поэтому система предпринимательства в высшем образовании должна быть, с одной стороны, в своей основе законодательно закреплена, с другой стороны – ее отдельные элементы должны меняться в зависимости от конкретной социально-экономической ситуации. Такой подход позволит проводить политику постепенного ограничения и вытеснения негативных форм и проявлений в образовательной деятельности.

Важнейшими свойствами вуза являются прежде всего его относительно невысокая мобильность и динамичность, отличающие его от других, традиционных форм и методов экономической деятельности. Хотя при этом вуз должен постоянно искать новые способы действий, которые могут обеспечить ему успех, поскольку это связано с проблемой улучшения качества образовательного процесса. В конечном случае добиваться приближения компетенций своих выпускников к уровню компетенций признанных лидеров образовательного процесса. Тем самым увеличения своего сегмента на рынке

образовательных услуг и увеличения своих доходов.

Вместе с тем пути достижения поставленных вузом целей могут быть альтернативными, поэтому одним из условий деятельности является свобода поиска и выбора способов экономических действий при всем их разнообразии. Это и предопределяет тесную взаимосвязь вуза и рынка.

Правомерно считать характерным свойством вуза поиск: вуз должен постоянно быть привлекательным для своего предмета труда, выгодно отличаться от конкурентов своими специалистами, образовательными программами, обладать всеми видами мобильности, современным оборудованием, помещениями, финансовыми средствами, контактами не только в сфере образования, но и среди потенциальных работодателей, международными связями и т. п.

Деятельность в системе высшего образования неизбежно осуществляется в условиях различной степени неопределенности, т. е. определенной непредсказуемости промежуточных и конечных результатов. Следовательно, здесь неизбежны риск и угроза финансовых потерь.

Опыт, насчитывающий уже многие десятилетия, убедительно показывает, что расчетливый и слишком осторожный предприниматель в любом виде бизнеса все-таки имеет меньше шансов на большой успех. Наоборот, активные, смелые и решительные люди, сознающие всю принимаемую на себя ответственность, как правило, добиваются высокоэффективных коммерческих результатов.

К основным видам вузовской деятельности относят любые виды образовательной, научной и хозяйственной деятельности, а также коммерческое посредничество, торгово-закупочную, инновационную, консультационную деятельность и некоторые другие.

Российский Закон «О предприятиях и предпринимательской деятельности» определяет предпринимательство и предпринимательскую деятельность как инициативную, самостоятельную деятельность граждан и их объединений, осуществляемую на свой риск, под свою имущественную ответственность и направленную на получение прибыли. Одним из видов такой деятельности является франчайзинг.

По своей основной сути, как система предоставления различных привилегий и льгот за определенную компенсацию, франчайзинг применяется многие столетия. Властные структуры, облеченные соответствующими полномочиями, в отдельных случаях считали возможным или целесообразным делегировать некоторые свои полномочия и предоставлять привилегии определенным лицам, которые могли за это обеспечить предоставление требуемых услуг или денежную компенсацию. Например, право на землепользование за денежную или натуральную оплату, право на сбор от имени властей налогов при условии, что основная их доля передается правителю и т. д. Это еще раз подтверждает, что франчайзинг за многие годы весьма положительно зарекомендовал себя в различных сферах производства товаров и услуг и, соответственно, имеет большой потенциал для своего применения в том числе и на рынке образовательных услуг.

Франчайзинг является относительно новым для нашей экономики методом ведения образовательного процесса, хотя и представляет собой одну из наиболее эффективных форм реализации потенциала вуза по всем видам его деятельности. Конечно, если вуз реально заинтересован в своем стремительном развитии. Франчайзинг открывает большие возможности для существенного развития вуза, для существенного увеличения объема продаж его образовательных и иных услуг на рынке. Достаточно большой опыт применения франчайзинга в странах с развитой рыночной экономикой убедительно подтверждает этот тезис [1].

Термин «франчайзинг» происходит от французского слова franchise, что означает «льгота, привилегия». Поскольку в сфере образовательного франчайзинга еще нет стандартизованной терминологии, целесообразно предложить следующие термины:

Вузовский франчайзинг – может быть определен как система продажи или передачи лицензий на образовательный процесс, учебно-методической документации, методик и технологий осуществления образовательного процесса и использования бренда. Он представляет собой способ развития вуза и завоевания им рынка образовательных услуг на основе кооперации материальных и финансовых средств и усилий различных вузов. Франчайзинг может рассматриваться также и как соглашение, при котором вуз дает эксклюзивные права на распространение на данной территории под своим брендом услуг другим вузам в обмен на получе-

ние от них платежей (роялти) при условии соблюдения технологий и обслуживающих операций.

Роялти – плата в пользу вуза-франчайзера, взымаемая с вуза-франчайзи в форме либо вступительного взноса, либо регулярных выплат, либо представляющая собой сочетание первых двух видов за право продавать услуги под брендом вуза-франчайзера [2].

Франшиза – лицензия на ведение образовательного процесса, предоставляемая за определенную компенсацию.

В образовательном франчайзинге участвуют две группы вузов.

Вуз, который передает другому вузу право на деятельность под своим товарным знаком (франшизу) и получает за это от него роялти, называется вузом-франчайзером. Обычно вуз-франчайзер, имеющий многолетний опыт в области производства данных услуг, присваивает своей системе свое имя или бренд и хорошо чувствует конъюнктуру рынка.

Вуз, получающий от вуза-франчайзера право на деятельность под его брендом и обязующийся соблюдать предписанные стандарты качества и методы ведения образовательного процесса, называется вузом-франчайзи. Таким образом, вуз-франчайзи получает возможность открывать новые подразделения с хорошими шансами на успех.

Сейчас в стране активно расширяется практика сотрудничества с зарубежными вузами. Преподаются либо отдельные курсы (с выдачей сертификатов – так, например, Уральский государственный университет работает со стэндфордским собратом), либо организуется магистратура под эгидой, скажем, Манчестерского университета (такие дипломы выдает выпускникам Московская высшая школа социальных и экономических наук) или Лондонской школы экономики (ГУ «Высшая школа экономики»). Создаются центры тестирования и переподготовки, информационные службы, консультационные пункты, тренинговые компании и т. п. Определенная работа в этом направлении ведется и в Самарском государственном аэрокосмическом университете. Это означает, что в ряде образовательных учреждений есть сертифицированные программы, квалифицированные специалисты и все надлежащие условия для обучения по западным технологиям (аккредитацией и контролем качества образовательных услуг, предоставляемых вузами и их агентами за пределами своих стран, занимается международная организация GATE – Global Alliance for Transnational Education) [3].

Весьма заманчивым для высшего образования было бы практическое использование достижений коммерческих (торговых) структур в части перенесения их опыта на рынок образовательных услуг. Это позволило бы (по аналогии с торговлей) снизить зависимость вузов от финансирования из бюджета и тем самым повысить степень своей самостоятельности.

По аналогии с франчайзингом в предпринимательской сфере можно предположить о наличии преимуществ образовательного франчайзинга по сравнению с другими видами ускоренного совершенствования учебного процесса (рис. 1 и рис. 2 соответственно).




***Рис. 1.*** *Основные преимущества образовательного франчайзинга*

В целом образовательному франчайзингу присущи, конечно, и недостатки. Поскольку в его основе лежит письменное соглашение между независимыми вузами, существует вероятность возникновения конфликта целей вуза-франчайзера и вуза-франчайзи, перерастающего в некоторых случаях в споры юридического характера. Могут возникать также некоторые проблемы, связанные со стоимостью ведения деятельности. Это касается, в частности, нарушений условий франчайзингового соглашения со стороны вуза-франчайзи с целью снижения уровня затрат. Кроме того, образовательный франчайзинг создает определенные типы новшеств и изменений, трудновыполнимых из-за возникающих психологических трудностей, как и при любом внедрении новшеств [4].




***Рис. 2.*** *Основные недостатки образовательного франчайзинга*

В конечном счете, взвешивая возможные достоинства и недостатки вузовского франчайзинга, можно по аналогии с торговыми предприятиями с достаточной долей уверенности утверждать о большом будущем метода франчайзинга в образовании.

*Библиографический список*

1. Нечитайло А. А. Франчайзинг в образовании : монография / А. А. Нечитайло, С. А. Нечитайло. – Самара : Изд-во СГАУ, 2011. – 131с.

2. Ерохина Л. И. Роялти как неотъемлемый элемент системы франчайзинга при продвижении образовательных продуктов и услуг / Л. И. Ерохина, А. А. Нечитайло, С. А. Нечитайло // Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом : материалы III всерос. науч.-практ. конф. (21–22 апреля 2011 г.) / Рубцовский индустриальный институт. – Барнаул – Рубцовск : Изд-во Алтайского ун-та, 2011. – 453 с.

3. Калужская М. А. Азбука образовательного менеджмента [Электронный ресурс] // Франчайзинг с педагогическим лицом. – Электрон. дан. – М., 2005. – Режим доступа: http://upr.1september.ru/2005/19/2.htm, свободный. Загл. с экрана.

4. Нечитайло С. А. Франчайзинг как метод развития сферы образовательных услуг региона // Наука – промышленности и сервису : сб. ст. Пятой международ. науч.-практ. конф. (18 ноября 2010 г.) / Поволжский гос. ун-т сервиса. – Тольятти : Изд-во ПВГУС, 2010. – 452 с.

***A. A. Nechitailo****
**Nechitailo Alexander, Doctor of economic sciences, professor of*
*Samara State Aerospace University of S.P. Korolev, Samara*
ip.ssau@mail.ru
***S. A. Nechitailo****
**Nechitailo Sergey, Head of Laboratory of*
*Samara State Aerospace University of S.P. Korolev, Samara*
ip.ssau@mail.ru

## FRANCHISING AS A FORM OF UNIVERSITY'S ACTIVITY

*Key words: educational franchising, university revenues, royalty, market of educational services.*

*The article presents one of the possible ways of business development in higher education. The authors suggest a way to increase the university segment and revenue in the education market, which could be reached through educational franchising. The work features definitions of educational franchise notions, such as university franchising, franchise and royalty. The analogy is drawn between the advantages and disadvantages of educational and business franchising.*

*© Нечитайло А. А., Нечитайло С. А., 2011*

УДК 334
***А. А. Руденко****
**Руденко Александр Алексеевич, кандидат технических наук, доктор экономических наук, профессор*
*Тольяттинский государственный университет, г. Тольятти*
rudenkoa.a@mail.ru

# АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ

*Ключевые слова: анализ, оценка, эффективность, предпринимательство, обеспечение, ресурсы.*

*Рассматриваются содержание, объекты, алгоритм анализа и оценка эффективности ресурсного обеспечения предпринимательской деятельности в долгосрочной перспективе. Структурирована взаимосвязь аналитических задач и видов управленческих решений.*

Происходящие в настоящее время институциональные изменения в структуре отечественного предпринимательства, связанные в первую очередь с депрессивным состоянием мировой экономики и предстоящим вступлением России в ВТО, вызывают необходимость изменения форм и методов хозяйствования организаций. В этих условиях все более актуальным становится согласованное развитие предпринимательских структур, основанное в первую очередь на позициях методологии учета и анализа затрат. При этом следует отметить, что до сих пор удельный вес ресурсов в общих затратах на производство товара (услуги) превышает 75%, т. е. в решающей мере влияет на себестоимость и финансовые результаты деятельности организаций, определяет конкурентоспособность конкретного вида товара и организации в целом.

Анализируя причины, не позволяющие в настоящее время эффективно управлять ресурсами предприятий в долгосрочной перспективе, следует отметить, что одними из главных являются трудности в реализации процедур стратегического учета и анализа ресурсов как функций стратегического управления, процесс которого представлен на модели рис. 1.

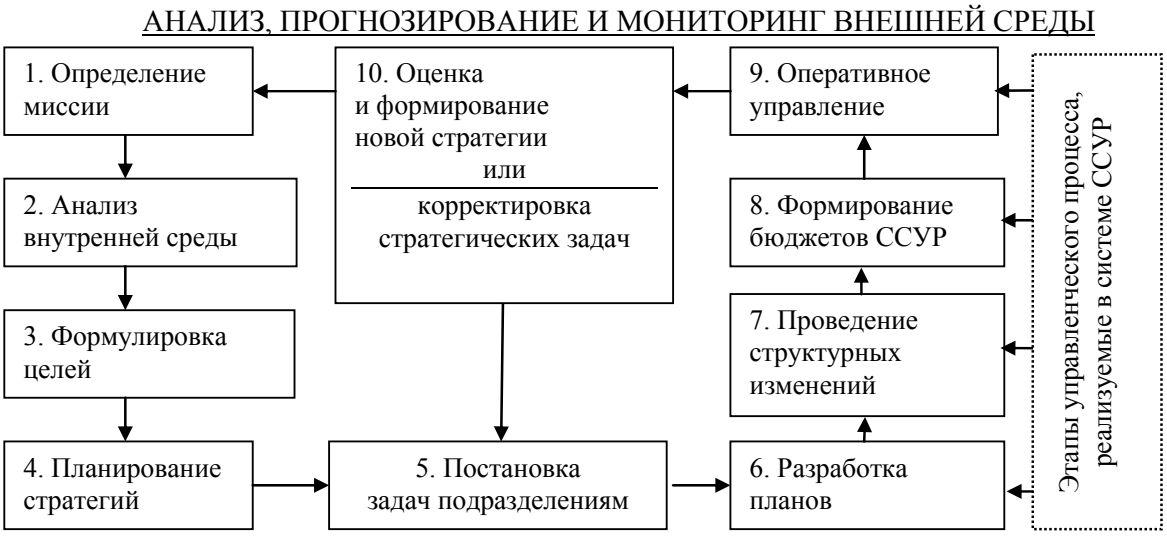



***Рис. 1.*** *Содержание процесса формирования и реализации стратегии предпринимательской структуры*

В целом управленческие решения в виде планов в системе ресурсообеспечения предприятия принимаются иерархически и в итеративном режиме: от стратегических (цели бизнеса, стратегия маркетинга, требования к обслуживанию) к структурным. При этом этапу планирования должен предшествовать этап анализа, объекты которого представлены на рис. 2.




***Рис. 2.*** *Объекты анализа и планирования в системе управления ресурсами*

Рассматривая процесс стратегического учета и анализа, следует отметить, что анализируемый поток входных ресурсов упрощенно обычно определяется произведением годовых объемов выпуска продукции и норм расхода соответствующих ресурсов на одно изделие. В ходе планирования перспективной потребности в ресурсах необходимо учитывать их наличие в будущем, а также ожидаемый рост рыночных цен. В планируемой перспективе потенциальный дефицит и рост цен на отдельные виды ресурсов могут часто сочетаться. При анализе перспективной потребности входных ресурсов следует также учитывать, что ни ранее рассчитанные показатели, ни выработанные плановые решения, ни основные источники обеспечения не следует в будущем принимать как нечто неизменное или постоянное.

Предварительные допущения, используемые при оценке потребностей в ресурсах, необходимо периодически пересматривать, чтобы знать степень реальности изменяющихся со временем потребностей и возможность появления лучших поставщиков и эффективных способов выполнения поставок.

Понимая управление ресурсами предпринимательской структуры как сложную и многоступенчатую систему и рассматривая его содержание, в целом состоящее из последовательно осуществляемых операций – планирования, организации, мотивации, контроля, учета, анализа и регулирования, следует учитывать фазовый этап (уровень) выполнения указанных мероприятий.

Если исходить из того, что стратегическое управление можно рассматривать в качестве управления фазовым состоянием экономики организации, то для обеспечения такого управления необходимо располагать информацией о состоянии этой экономики в каждой ее фазе, в том числе и в фазе стратегического управления, т. е. информацией, которую и формирует стратегический учет.

В системе управленческого учета ресурсов формируется информация о расходах, доходах и результатах деятельности в необходимом для целей управления ресурсами в аналитическом аспекте. Вопросы организации стратегического управленческого учета ресурсов практически не регламентируются законодательством.

**Основными объектами** управленческого учета ресурсов следует считать расходы (затраты, издержки) и доходы предприятия по использованию ресурсов, а также результаты как сопоставление доходов и расходов. Кроме того, в управленческом учете обязательно следует выделить такие объекты учета, как центры ответственности и система внутренней отчетности.

Управленческий учет принято отделять от управления финансами. Последнее преимущественно заключается в получении необходимого финансирования на наиболее приемлемых для организации условиях. Обычно на крупных предприятиях роль менеджеров по управленческому учету и финансовых менеджеров исполняют разные люди, относящиеся к финансовой и бухгалтерской службам. При этом с точки зрения оперативного текущего управления эта специализация представляется целесообразной, поскольку упомянутые оперативные функции требуют особых профессиональных навыков. Однако, если рассмотреть роль финансовых менеджеров в вопросах стратегии бизнеса, станет понятно, что для реализации желаемой стратегии, безусловно, очень важна способность предприятия привлекать и сохранять капитал. В противном случае существование бизнеса в целом может оказаться под угрозой. Это означает, что любое разумное понятие о системе стратегического управленческого учета не может не предусматривать обеспечения соответствующим капиталом новых стратегических мероприятий компании

Необходимо иметь в виду, что по сравнению с финансовым управленческий учет не только отражает совершившиеся факты хозяйственно-финансовой деятельности, но и дает почву для прогноза будущего развития организации. Большинство специалистов в области управленческого учета как раз эту его часть называют прогнозным, перспективным или стратегическим учетом.

**Под стратегическим учетом ресурсов** в данной работе понимается система регистрации, обобщения и представления данных, необходимых для принятия стратегических управленческих решений менеджерским аппаратом предприятия для эффективного управления ресурсами. Стратегический менеджмент ресурсов уже был охарактеризован выше как итеративный процесс анализа, планирования и контроля. В рамках этих же понятий можно описать и процесс управленческого учета.

В соответствии с системным подходом указанная цель в предпринимательской структуре может быть достигнута посредством стратегического выбора модели использования ресурсов на основе анализа состояния и направлений изменения внешнего окружения и внутренней среды. Аналитическую информацию используют для решения конкретных задач функционирования в зависимости от уровня управления организацией (табл. 1).

*Таблица 1*

***Взаимосвязь аналитических задач и видов управленческих решений***

| Виды управленческих решений | Типы аналитических задач | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Задачи первого типа, обеспечивающие принятие текущих решений | | | Задачи второго типа, обеспечивающие принятие стратегических решений | | | |
| | 1.1 Изучение аналитичности информации | 1.2 Анализ выполнения плана по показателям | 1.3 Оперативный анализ | 2.1 Анализ резервов | 2.2 Анализ общих тенденций | 2.3 Анализ возможных направлений развития | 2.4 Анализ вариантов подготовленных решений |
| Перспективное | | | + | + | + | + | + |
| Текущее | + | + | + | | | | |
| Оперативное | | | + | | | | |
| Краткосрочное | + | + | | | | | |
| Долгосрочное | | | | + | + | + | + |
| Организационное | | | | | | + | |

В общем виде, как отмечает М. Алле [3], ситуационный анализ включает следующие взаимодополняющие методы: SWQT-анализ, анализ стоимостной цепи, стратегический

анализ затрат и оценку конкурентной силы предприятия. Представляется, что указанные методы могут быть положены в основу ситуационного подхода к стратегическому учету ресурсов предприятия.

Представляется, что направлениями анализа (аудита) в стратегическом менеджменте ресурсов могут быть следующие:

1. Анализ внешней среды (рынка материалов, анализ конкурентов, мировых тенденций, экологических проблем, рынка инвестиций, экономико-политической сферы).

2. Анализ внутренней среды (маркетинга, людских ресурсов, технических и технологических возможностей ССУР, возможностей хранения и использования ресурсов, существующей организационной структуры, проведения НИОКР, анализ финансового состояния ССУР, оценка территориального расположения предприятия).

Структура методики оценки эффективности стратегических планов ресурсного обеспечения представлена на рис. 3.

**1- й этап. Уточнение оценочных показателей проектов (планов):**

**2-й этап. Проверка оценочных показателей проектов (планов):**

**1. Затраты на реализацию стратегического плана:** $З_{п(И)} = И_п + К - Л$

**2. Чистый дисконтированный доход (*ЧДД*)**: $ЧДД = Э_{ИНТ} = \sum_0^1 (P_t - З_t) \cdot \frac{1}{(1 + Е_Д)^t}$

**3. Индекс доходности (*ИД*)**: $ИД = \sum_0^1 \frac{(P_t - З_t)}{K_t} \cdot \frac{1}{(1 + Е_Д)^t}$

**4. Внутренняя норма доходности (*ВНД*):** $ВНД = Е_Д = \sum_0^1 \frac{(P_t - З_t)}{(1 + Е_Д)^t} = \sum_0^1 \frac{K_t}{(1 + Е_Д)}$,

**5. Срок окупаемости стратегического плана ($T_{ок}$)**: $Т_{ОК} = K_t / Э_t$

**6. Стоимостная оценка результатов за период ($P_t$):** $P_t = P_0 - P_С$

**7. Общий экономический эффект** ($Э_t$): $Э_t = P_t - З_t$

**3-й этап. Анализ оценочных показателей и выбор плана**

***Рис. 3.*** *Блок-схема методики оценки стратегических планов*

При определении системы подконтрольных показателей необходимо помнить о следующих требованиях: объем показателей должен быть ограничен; показатели должны содержать данные по всему предприятию в целом, а также по всем его подразделениям; выбранные показатели должны быть динамичными и перспективными (необходимо обеспечить возможность сопоставления данных, как минимум, за пять лет); показатели должны иметь характер раннего предупреждения; при выборе показателей необходимо обращать внимание на то, чтобы они были сопоставимыми (с прошлыми достижениями, с другими предприятиями и т. п.).

Анализ выбранных подконтрольных показателей включает в себя следующее: сравнение нормативных и фактических значений с целью выявления отклонений; выявление причин и виновников отклонений; определение зависимости между полученными отклонениями и конечными результатами деятельности предприятия.

Таким образом, в системе стратегического менеджмента ресурсов акценты смещаются с простого фиксирования прошлых фактов в сторону перспективного, опережающего контроля, а также оперативного отслеживания и анализа будущих событий, то есть в фокусе анализа оказывается не прошлое, а настоящее и будущее.

*Библиографический список*

1. Аксененко А. Ф. Микроанализ и оценка внутрихозяйственных резервов. – М. : Финансы, 2007.
2. Алексеева М. А. Планирование деятельности фирмы. – М. : Финансы и статистика, 2003.
3. Алле М. Условия эффективности в экономике : пер. с франц. Л. Б. Азимова и др. – М. : НИЦ «Наука для общества», 2008.
4. Лимитовский М. А. Методы оценки коммерческих идей, предложений, проектов. – М. : Дело, 2007.
5. Шим Джей К. Методы управления стоимостью и анализа затрат : пер. с англ. / Джей К. Шим, Джоэл Г. Сигел. – М. : Информ.-изд. дом «Филинъ», 1996.
6. End of Japanese – style Human Resource Management? Sloan Management Rev. 39, no. 3 (Spring 2008). P. 73–84.

---

***A. A. Rudenko****

**Rudenko Alexander, Ph.D. in Technical sciences, Doctor of economic sciences, professor of Togliatti State University, Togliatti*

rudenkoa.a@mail.ru

## ANALYSIS AND EVALUATION OF RESOURCE SUPPLY EFFECTIVENESS IN THE LONG-TERM BUSINESS ACTIVITY

*Key words: analysis, evaluation, effectiveness, business, supply, resources.*

*The article considers contents, objects, algorithm of analysis and effectiveness evaluation of resource supply in the long-term business activity. The author has structured the relationship between analytical problems and types of management decisions.*

---

*© Руденко А. А., 2011*

УДК 332.12
***В. М. Рябов****
**Рябов Валентин Михайлович, доктор экономических наук, профессор*
*Тольяттинский химико-технологический колледж, г. Тольятти*
thtk.05@mail.ru

# ФОРМЫ И МЕХАНИЗМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И БИЗНЕС-СТРУКТУР РЕГИОНА

*Ключевые слова: управление, финансовый контроль, бюджет, бизнес-структура, регион.*

*Рассмотрен актуальный вопрос эффективного взаимодействия органов власти и бизнес-структур региона на основе совершенствования контрольной функции. Обозначены формы и механизмы взаимодействия. Проводится анализ методических и нормативных правовых документов, регламентирующих проведение внешнего финансового контроля в деятельности предприятий.*

Учитывая значительно возросшее количество задач, стоящих перед региональными органами власти, и увеличивающееся число бизнес-структур в различных отраслях экономики, возникает острая необходимость поиска и развития новых форм и механизмов взаимодействия между ними. В этой связи все большего внимания заслуживают проблемы эффективной организации процесса управления, позволяющего повысить конкурентоспособность не только системы управления, но и отдельных бизнес-структур в регионе.

Эффективное развитие бизнес-структур региона самого различного уровня может служить как средством, так и важнейшим проявлением активизации внутреннего потенциала региона, его интенсивного развития. В современных условиях региональная экономическая политика эффективно реализуется, если создана система управления экономическим ростом в регионах, включающая: благоприятный климат, фонды экономического развития, развитие малого и среднего бизнеса; программы повышения квалификации; управление инфляционными процессами; внедрение соответствующего налогового, валютно-ценового и антимонопольного воздействия и регулирования цен, применение широкого спектра инструментов.

Все это должно способствовать разрешению общих проблем, присущих экономике регионов, среди них можно выделить следующие:

- слабая контрактная дисциплина, нарушение платежной дисциплины;
- высокая доля крупных предприятий, ограничение свободной рыночной конкуренции и недобросовестная конкуренция;
- нечеткость и изменчивость законодательства, неустойчивое налоговое регулирование;
- низкий платежеспособный спрос и ограниченная возможность получения информации о спросе;
- дифференциация населения и неравномерное развитие регионов, связанное с неравномерным размещением производительных сил и другими обстоятельствами.

В то же время, учитывая ту значимую роль, которую бизнес играет в рамках региональной экономической системы, возникает необходимость определения механизмов воздействия региональных органов власти на его развитие. Долгосрочной целью региональных органов власти должно стать формирование такого состояния развития бизнеса в регионе, когда отсутствуют противоречия в деятельности отдельных компаний и отсутствует необходимость корректировки предпринимательской деятельности, большинство бизнес-структур, как и их продукция (товары, услуги), конкурентоспособны на рынке, существует платежеспособный спрос, достигнуто максимально возможное развитие бизнеса (рис. 1).

Поскольку все субъекты хозяйственной деятельности региона находятся в постоянной зависимости от политики региональных органов власти, ключевая роль в процессе улучшения условий функционирования бизнеса лежит именно на них. Организация управления бизнесом в регионе – это достаточно сложный и продолжительный процесс, представляющий собой координацию усилий по достижению устойчивого положения предприятия на рынке в рамках существую-

щих условий. В силу высокой изменчивости рынков данный процесс приводит не к непосредственному достижению поставленной цели, а к ряду циклических колебаний, приближающих или отдаляющих региональную экономику от состояния равновесия.

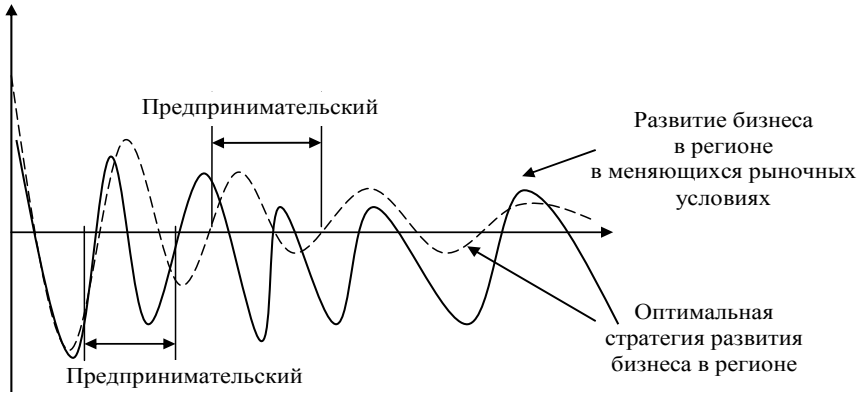



***Рис. 1.*** *Эволюция развития бизнеса в экономике региона*

Одними из факторов конкурентоспособности системы управления бизнесом в регионе является возможность осуществления контроля над состоянием его развития. Соответственно, чем эффективнее контроль, тем эффективнее организована система управления, больше возможностей бизнес-структурам противостоять внешним воздействиям и перспектив для повышения конкурентоспособности региональной экономики в целом.

В современной практике построения системы управления бизнес-структурами в регионе контролю уделяется недостаточное внимание, что объясняется неправильным пониманием содержания контрольной функции.

Подобное восприятие контроля негативно сказывается на эффективности функционирования всей региональной экономики и отдельных бизнес-структур в ней. Контроль в рамках системы управления бизнес-структурами в регионе должен быть:

а) неотъемлемым элементом каждой подсистемы управления;

б) обособленной функцией, обеспечивающей информационную «прозрачность» на предмет качества хода процесса управления на всех других стадиях;

в) инструментом повышения конкурентоспособности бизнеса и региональной экономики в целом.

Главным требованием в системе организации контрольной деятельности является наличие в каждой точке принятия решений контрольных механизмов. Данное требование может быть удовлетворено при организации контрольной деятельности по всем уровням управления. Созданная системой управления подсистема контроля должна постоянно выявлять потребности процесса управления региональной экономикой и стремиться их удовлетворять, что позволяет подсистеме контроля постоянно развиваться в соответствии с изменениями внутренней и внешней среды. Кроме того, контроль должен регулировать отношение сотрудников региональных органов власти к бизнес-структурам и пресекать их использование в качестве источника поступления ресурсов для достижения собственных целей. При этом в рамках системы управления бизнес-структурами в регионе контроль не должен занимать главенствующее положение, а иметь равную долю управленческого внимания, как и остальные функции управления.

Управление региональной экономикой, основанное на совершенствовании контрольной функции за счет эффективной ее реализации, базируется на трех уровнях: уровне бизнес-структуры, уровне управления и уровне управленческих функций, что позволяет снизить риски предпринимательской деятельности, особенно в условиях кризиса, и повысить конкурентоспособность как управления, так и бизнес-структур в регионе (рис. 2).

На наш взгляд, управление региональной экономикой в части исполнения контрольных функций осуществляется на трех уровнях:

- контроль за исполнением функций управления;
- контроль над управленческой работой;
- контроль над функционированием бизнес-структур.

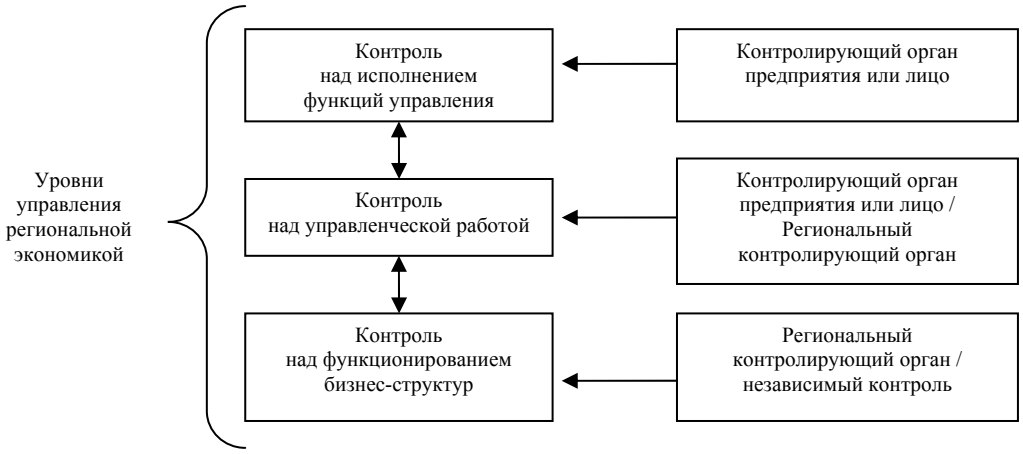



***Рис. 2.*** *Уровни управления региональной экономикой, основанной на совершенствовании контрольной функции*

Для нормального, эффективного функционирования бизнес-структур необходимо уже сейчас закладывать основы построения механизма идентификации и совершенствования контрольной функции, реализуемой органами власти в бизнес-структурах на региональном уровне. Сама процедура организации контроля в региональных органах власти может быть реализована следующим образом:

1) выбор ответственных за реализацию контроля;

2) выбор форм реализации контроля;

3) выбор концептуальной методики реализации;

4) выбор методов и инструментов реализации.

Идентификация и совершенствование контроля в системе планирования и расходования финансовых ресурсов на региональном уровне неизменно повышает эффективность работы и конкурентоспособность региональной экономики, что, в свою очередь, приближает региональные бизнес-структуры к состоянию устойчивого развития, а также помогает ему противостоять кризисным моментам.

Рассмотрим подробнее сущность финансового контроля, что, на наш взгляд, целесообразнее рассматривать сквозь призму практических действий и мер, а также организационно-правовых аспектов. Так, финансовый контроль можно представить как функцию системы управления, заключающуюся в отслеживании правильности функционирования субъектов отношений на уровне конкретного управляемого объекта, в определении обоснованности и эффективности управленческих решений и степени их реализации, а также своевременном выявлении отклонений. Вышеизложенное характеризует финансовый контроль как сложную систему, основу которой составляют разные экономические категории, такие как финансы, управление, функции субъектов управления разных уровней и информационные технологии.

Существуют различные варианты классификации финансового контроля. Рассматривают обязательный и инициативный финансовый контроль. В зависимости от времени проведения можно выделить также предварительный, текущий и последующий. Такие виды контроля осуществляют все контролирующие органы. Особое внимание следует уделить классификации в зависимости от субъектов, осуществляющих контроль. Возможны и другие критерии классификации финансового контроля.

Осуществление финансового контроля органами представительной власти за деятельностью органов исполнительной власти подтверждает важную роль финансового контроля и определяет его новое содержание, что отражает собой принцип разделения властей. Основы этого закреплены в Конституции РФ [3].

Рассмотрим более подробно специфику проведения внешнего финансового контроля в муниципальных образованиях. Наличие в муниципальном образовании бюджета предполагает вопрос контроля его исполнения. Если исходить из того, что Бюджетным кодексом РФ устанавливаются общие принципы организации, а также функционирования бюджетной системы Российской Федерации, правовой статус субъектов, реализующих бюджетные правоотношения и т. д., то можно говорить о том, что государственный кон-

троль исполнения бюджетов должен присутствовать на всех уровнях бюджетной системы Российской Федерации.

Бюджетный кодекс РФ содержит отдельную главу, посвященную основам государственного и муниципального контроля. При этом органы государственного (муниципального) контроля являются участниками процесса, и в зависимости от того, на каком уровне бюджетной системы создаются и функционируют органы государственного финансового контроля, разделяют на федеральный, региональный, местный уровни [4]. Бюджетным кодексом устанавливается общий круг задач: осуществление контроля за исполнением бюджетов государственных внебюджетных фондов, проведение экспертизы проектов бюджетов, целевых программ федерального и регионального уровня, а также иных нормативных правовых актов бюджетного законодательства федерального и регионального уровня, органов местного самоуправления. В соответствии с Бюджетным кодексом РФ бюджетные полномочия, статус, задачи и функции органов государственного (муниципального) финансового контроля определяются Бюджетным кодексом, Федеральными законами, а именно ФЗ «О Счетной палате Российской Федерации», нормативно-правовыми актами, законами о контрольных органах субъектов Российской Федерации [2].

Федеральным законом «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» предусматривается, что основными задачами функционирования контрольного органа муниципального образования, к которому относят контрольно-счетную палату, ревизионную комиссию и другие организации, являются соблюдение этапов подготовки и рассмотрения проекта местного бюджета, контроль за ходом исполнения местного бюджета, отчета о его исполнении, а также соблюдение и контроль за законностью порядка управления и распоряжения имуществом, находящимся в муниципальной собственности. Следует учитывать, что формирование контрольного органа муниципального образования реализуется посредством муниципальных выборов или представительным органом муниципального образования. Однако исходя из смысла Бюджетного кодекса РФ предусматривается также право представительных органов местного самоуправления создавать собственные контрольные органы (контрольные палаты, иные представительные органы местного самоуправления) для проведения внешнего финансового контроля бюджетов, оценки деятельности органов, исполняющих бюджеты, а также до начала рассмотрения отчета об исполнении бюджета проведение предварительной внешней проверки отчета, которая должна осуществляться соответствующими контрольными органами.

Так, законодательно установлено, что для того, чтобы решение о принятии отчета об исполнении было законным, соответствующий отчет об исполнении бюджета должен пройти установленную процедуру – внешнюю проверку. Законодатель определил, кто осуществляет внешнюю проверку отчета об исполнении бюджета – контрольные органы представительных органов местного самоуправления. Следовательно, можно говорить о том, что органы внешнего финансового контроля должны работать во всех муниципальных образованиях. Устав муниципального образования является исходным началом, регламентирующим весь бюджетный процесс в муниципальном образовании, от проекта составления бюджета на очередной год до утверждения о его исполнении. Внешний финансовый контроль выступает как неотъемлемый элемент бюджетного процесса муниципального образования. При этом под внешней проверкой отчета об исполнении местного бюджета мы понимаем процесс, посредством которого компетентные сотрудники независимых органов финансового контроля накапливают, количественно и качественно оценивают свидетельства об информации, касающейся исполнения местного бюджета. По результатам проверки в своем заключении они выражают мнение о степени соответствия фактических показателей принятым нормам, об эффективности мер, принимаемых органами местного самоуправления по реализации вопросов местного значения, по обеспечению полномочий, наделенных государственными органами, по достижению целей развития муниципального образования.

Исходя из норм Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», а также по аналогии с Конституцией РФ в Уставе муниципального образования как основном правовом акте должны найти отражение положения по организации проведения внешнего финансового контроля местного бюджета (внешний аудит бюджета). Следующим нормативным документом, регла-

ментирующим бюджетный процесс в муниципальном образовании, является Положение о бюджетном процессе. В качестве путей решения проблемы организации внешнего финансового контроля в муниципальных образованиях можно рассматривать следующие:

1. Создание собственного контрольного органа.

2. Привлечение к осуществлению этой деятельности независимых аудиторов, имеющих соответствующую аккредитацию.

3. На основании соответствующих соглашений привлекать к проведению внешнего аудита местного бюджета контрольно-счетный орган субъекта РФ. Привлечение независимых аудиторов – один из путей решения проблемы. Однако независимые аудиторы, как правило, не имеют соответствующей квалификации и опыта работы в бюджетной сфере. Особо следует обратить внимание на объем средств, необходимых для оплаты проведения внешнего аудита бюджетов в случае привлечения коммерческих аудиторов, и на то, что абсолютное большинство местных бюджетов в России в настоящее время имеют дефицит.

4. Модель привлечения к проведению внешнего аудита бюджета муниципального образования контрольного органа, созданного законодательным органом субъекта Российской Федерации, является, по нашему мнению, наиболее оптимальной в настоящий момент. Тем более что в ситуации, когда большинство местных бюджетов получают различные трансферты из бюджетов субъектов федерации, субъект федерации получает право проверять целевой характер и эффективность расходования переданных им органам местного самоуправления средств.

5. Единый порядок сдачи бюджетной отчетности установлен «Инструкцией о порядке составления и представления годовой, квартальной и месячной отчетности об исполнении бюджетов бюджетной системы Российской Федерации», утвержденной приказом Минфина РФ.

Таким образом, финансовый контроль осуществляется в качестве проведения внешней проверки годового отчета об исполнении местного бюджета, проводится органом муниципального финансового контроля, формируемым на муниципальных выборах, и представительным органом муниципального образования в установленном законом порядке.

*Библиографический список*

1. Российская Федерация. Законы. Бюджетный кодекс РФ. Федеральный закон от 31.07.98 г. № 145-ФЗ (в ред. Федерального закона от 18.07.2011).

2. Российская Федерация. Законы. О Счетной палате РФ от 11 января 1995 г. № 4-ФЗ (в ред. Федерального закона от 10.11.2010).

3. Белобжецкий И.А. Финансовый контроль и новый финансовый механизм : учеб. пособие. – М. : ЮНИТИ, 2008. – 279 с.

4. Шохин С. О. Бюджетно-финансовый контроль и аудит : учеб. пособие / С. О. Шохин, Л. И. Воронина. – М. : Финансы и статистика, 2009. – 145 с.

***V. M. Ryabov****

**Ryabov Valentin, Doctor of Economic Sciences, Professor of Togliatti Chemical Engineering College, Togliatti*

thtk.05@mail.ru

## FORMS AND MECHANISMS OF INTERACTION BETWEEN AUTHORITIES AND BUSINESS STRUCTURES OF THE REGION

*Key words: management, financial control, budget, business structure, region.*

*The article considers the issue of effective interaction between the authorities and business organizations in the region, based on improvement of control function. The author has outlined the forms and mechanisms of such interaction and carried out the analysis of methodological and normative documents, regulating the procedure of external financial control of the enterprise.*

*© Рябов В. М., 2011*

УДК 640.4
***Н. Г. Старчикова****
**Старчикова Наталья Глебовна, кандидат экономических наук*
*ОАО «АВТОВАЗ», г. Тольятти*
NGStarchikova@vaz.ru

# ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ГОСТИНИЦЫ

*Ключевые слова: финансирование, гостиница, услуги, инвестиции, туризм, планирование, факторы, бюджет, затраты, доходы.*

*Перечисляются наиболее перспективные виды туризма на мировом туристском рынке, задачи финансового планирования, вопросы на которые дает ответы бюджет гостиницы, а также основные разделы бюджета гостиницы. Рассматриваются основные затраты гостиницы, приводится важнейший показатель эффективности инвестиций в проект, предлагаются способы увеличения прибыли для гостиницы.*

Анализ современного туризма в Российской Федерации показывает, что в последние годы эта сфера в целом развивается стабильно и динамично. Отмечается ежегодный рост внутреннего туристского потока. Быстро растущий спрос на туристские услуги внутри страны вызвал бум строительства малых гостиниц, в основном в курортных регионах, а также увеличение числа гостиниц международных гостиничных целей в Москве, Санкт-Петербурге и других крупнейших городах страны, создание отечественных гостиничных цепочек. Резко увеличился объем инвестиционных предложений по гостиничному строительству как со стороны иностранных, так и со стороны отечественных инвесторов. При этом основные предложения направлены на развитие гостиничного бизнеса в регионах России.

Объем платных услуг, оказываемых населению гостиницами и аналогичными средствами размещения, ежегодно растет.

К наиболее значимым проблемам, требующим пристального внимания и серьезного подхода к их решению, относятся недостаточное развитие туристской инфраструктуры и отсутствие, за редким исключением, практики создания субъектами Российской Федерации благоприятных условий для инвестиций при строительстве средств размещения и иных объектов туристского использования.

В настоящее время в нашей стране значительная часть материальной базы туризма нуждается в обновлении, так как около половины гостиниц в нашей стране относятся к некатегорийным.

Вместе с тем предложения по развитию туристской инфраструктуры не могут ограничиваться только созданием нового и реконструкцией существующего гостиничного фонда. Следует отметить важность комплексного развития туристской инфраструктуры, включающей в себя не только широкомасштабное строительство новых средств размещения, но и сопутствующую инфраструктуру (транспорт, предприятия питания, индустрии развлечений, объекты туристского показа и др.). Размещение вновь возводимых туристских комплексов должно учитывать как параметры туристского спроса по видам туризма, так и характер туристского предложения – наличие туристских ресурсов, условий для кадрового обеспечения в соответствии с экологическими требованиями и экономической целесообразностью.

Главными препятствиями для привлечения инвестиций являются отсутствие готовых инвестиционных площадок, необходимые бизнес-структуры, наличие местных административных барьеров и невыгодные условия аренды земли. Так, оформление земельного участка под гостиницу часто требует огромного числа согласований и затягивается на два-три года. Неурегулированными остаются вопросы использования рентных доходов в личных целях (сдача жилья в наем под гостиничное использование).

В настоящее время наиболее перспективными видами туризма на мировом туристском рынке, растущими опережающими темпами, являются:

- культурно-познавательный туризм, охватывающий 10% общего международного

потока туристов и характеризующийся высокой средней нормой туристских расходов;

- активные виды туризма, такие как спортивный и приключенческий, приобретающие все более широкую популярность в мире;

- специализированный туризм, подразумевающий такие его разновидности, как экологический, научный, учебный, событийный, лечебно-оздоровительный и др.;

- круизный – морские и речные круизы, в которых в 2006 году участвовало более 12 млн туристов;

- деловой туризм, открывающий так называемую индустрию MICE (деловые встречи, событийные мероприятия, конференции, инсентив-поездки).

С учетом характера российских туристских ресурсов, состояния туристской инфраструктуры и готовности туристского продукта особый интерес для развития въездного туризма в нашу страну могут в основном представлять следующие виды туризма: культурно-познавательный, деловой, а также специализированный туризм (круизный, событийный, экологический, сельский, охота и рыбалка, активный, в том числе в перспективе горнолыжный, экстремальный (приключенческий), этнический, учебный, научный и др.).

Целью финансового планирования является определение финансовых поступлений, т. е. денежных средств, и их рациональное расходование в плановом периоде.

Задачи финансового планирования:

- обеспечение деятельности гостиницы необходимыми денежными средствами;

- установление финансовых взаимоотношений с банками, внебюджетными фондами с целью изучения притока и оттоков денежных средств;

- формирование взаимоотношений с поставщиками и потребителями;

- разработка мероприятий по рациональному вложению денег;

- увеличение прибыли за счет внедрения мероприятий экономного использования денежных средств;

- осуществление контроля за движением денежных средств предприятия.

В зависимости от периодов планирования различают:

- оперативное (текущее) планирование – на период до 1 года;

- тактическое (среднесрочное) планирование – на 1–3 года;

- стратегическое (долгосрочное) планирование – на период свыше 3 лет.

- Оперативное планирование называют также бюджетированием.

Бюджет (план) имеет обычно следующие характеристики:

- содержит данные о доходах и расходах;

- может использовать любые единицы измерения – как стоимостные, так и натуральные (например, при расчете объема продаж используются номеро-сутки);

- может составляться как по гостинице в целом, так и по подразделениям, чтобы скоординировать их действия.

Бюджет гостиницы дает ответы на следующие вопросы:

- какую прибыль может получить в результате хозяйственной деятельности гостиница за год?

- какая сумма денежных средств необходима на хозяйственное содержание гостиницы?

- какие непредвиденные расходы могут возникнуть?

- каким будет финансовое положение гостиницы в конце отчетного года?

Перед началом бюджетирования следует установить его интервал. Если вы только собираетесь создавать гостиницу и разрабатываете бизнес-план, то, скорее всего, наиболее адекватным интервалом будет первый год с разбивкой по кварталам.

Составляя план, следует помнить, что в дальнейшем вам придется готовить отчетность и сравнивать план с фактом. Для того чтобы это сравнение было удобным, готовьте план и отчет по одним шаблонам, чтобы методом вычитания одной цифры из другой вы получали быстрый ответ о превышении или невыполнении того или иного показателя.

Поскольку рынок гостиничных услуг подвержен сезонности, то прогноз объема продаж формируется с разбивкой по месяцам, с учетом этого сезонного влияния.

При составлении бюджета гостиницы необходимо знать:

- стоимость услуги (с учетом сезонности);

- загрузку номеров в плановом периоде с учетом изменений в каждом месяце (для того, чтобы учесть сезонность);

- планируемое получение доходов от продаж дополнительных услуг;

- открытые цены на номера с учетом сезонности;

- планируемые объемы продаж номеров по цене близкой к минимальной. Иначе говоря, необходимо спланировать средний ежемесячный дисконт (скидку) на стоимость номеров с учетом их продаж через посредников (турфирмы, корпоративные клиенты);

- затраты отеля (постоянные и переменные).

При определении параметров финансового плана необходимо предварительное сложное и детальное проведение маркетинговых исследований и SWOT-анализа гостиницы, которые позволяют оценить две группы факторов:

- внутренние факторы, определяющие потенциальные возможности самой гостиницы;

- внешние факторы, определяющие влияние внешней среды.

К внутренним факторам в том числе относятся:

- категория гостиницы;

- количество и качество (звездность) номеров;

- количество и качество предоставляемых дополнительных услуг;

- наличие финансовых средств, позволяющих, например, получать оплату за проживание и дополнительные услуги по факту проживания без предоплаты;

- удельный вес затрат на персонал;

- наличие современных технологий, используемых в управлении и обслуживании отеля;

- прочее.

К внешним факторам относятся:

- уровень спроса на услуги гостиницы и сезонность его колебаний;

- зависимость спроса от изменения уровня цен (эластичность спроса);

- конкурентная ситуация на рынке на данную услугу;

- общая экономическая ситуация в стране.

Бюджет гостиницы включает в себя следующие разделы.

1. Бюджет продаж, который состоит из:

- доходов от продаж услуги проживания с включенным питанием;

- доходов от продажи услуг проживания (номеров);

- доходов, полученных от услуг питания (завтраки, мини-бары, рестораны, кафе, бары);

- доходов, полученных от продажи дополнительных услуг (трансфер, бизнес-услуги, спортивно-оздоровительные услуги и пр.).

2. Бюджет прямых затрат, который состоит из:

прямых затрат на текущие закупки, например:

- заработной платы сотрудников гостиницы, непосредственно связанных с обслуживанием гостей, – администраторов, горничных;

- продуктов питания;

- затрат на их питание;

- отчислений на социальные нужды и пр.;

- затрат на приобретение товарно-материальных ценностей.

3. Валовая прибыль – разница между доходами и затратами.

4. Постоянные (операционные) расходы – общие и административно-управленческие расходы гостиницы:

- коммунальные платежи и расходы на техническое обслуживание;

- заработная плата менеджеров;

- амортизация основных средств.

5. Операционная прибыль – прибыль от основной деятельности гостиницы – разница между пунктами 3 и 4.

6. Прочие доходы и расходы.

Сюда относятся доходы и расходы, которые не связаны с основной деятельностью гостиницы.

7. Прибыль до налогообложения – разница между операционной прибылью и прочими доходами и расходами.

8. Текущий налог на прибыль.

9. Чистая прибыль – прибыль после налогообложения.

Помимо указанных разделов главный бюджет включает бюджет движения денежных средств, который содержит информацию обо всех денежных потоках гостиницы на планируемый период, прошедших через кассу и расчетный счет.

Проще говоря, постояльцы, живущие в гостинице, могут оплачивать свое проживание вперед или по факту. Если гостиница работает с корпоративным клиентом, то оплата вообще может производиться в конце отчетного месяца за проживание всех представителей этого корпоративного клиента. Таким образом, расчетный доход гостиницы на конец месяца может быть достаточно велик, но из-за задержки платежей реальных денег на счетах и в кассе может вовсе не оказаться. Может быть и обратный вариант, часто происходящий перед началом высокого сезона. Многие клиенты заранее оплачивают свое проживание (бывает, что и за полгода, и даже за год), и гостиница получает

крупные суммы денег на счет до начала высокого сезона. Затем, уже в сезон, гостиница не получает денежных поступлений, но производит затраты на хозяйственную деятельность и обслуживание клиентов.

Постоянные затраты не зависят от деятельности и заполняемости гостиницы.

Переменные затраты в сумме изменяются пропорционально количеству проданных номеров, но, рассчитанные на один номер, являются постоянными. В переменные затраты включают:

- закупку моющих и гигиенических средств;
- расходы на завтраки, включенные в стоимость номера, и т. п.

Переменные затраты увеличиваются в связи с загрузкой гостиницы и снижаются при отсутствии занятости номерного фонда.

Постоянные затраты не зависят от загрузки гостиницы, но в расчете на один номер при увеличении загрузки снижаются и, соответственно, при снижении загрузки увеличиваются.

Гостиница – это сложный механизм, в котором доля постоянных расходов очень высока. Они не могут быть ниже определенного уровня, причем чем выше звездность гостиницы, тем выше величина постоянных затрат.

Анализ переменных затрат влияет на принятие управленческих решений в бизнесе, например:

- иметь свой технологический автотранспорт или заключить договор со специализированной организацией;
- какую скидку предоставлять партнерам, обеспечивающим групповую загрузку гостиницы (проведение семинаров);
- в каком объеме предоставлять дополнительные услуги.

К основным показателям эффективности финансово-хозяйственной деятельности гостиницы относятся следующие:

- общее количество номеров в эксплуатации;
- заполняемость номеров;
- средняя цена проданных номеров.

При анализе деятельности гостиницы рассматривается взаимодействие трех основных факторов: цена за номер, количество проданных номеров и затраты на содержание номерного фонда и гостиницы в целом. Каждый финансовый показатель помогает принимать то или иное управленческое решение (табл. 1). Перед принятием решения о создании гостиницы в рамках бизнес-планирования проводится расчет, насколько выгодны вложения в этот бизнес.

*Таблица 1*

***Пользователи финансовой отчетности и принимаемые деловые решения***

| Пользователи | Интересующая информация | Пример деловых решений |
|---|---|---|
| Акционеры (инвесторы) | Рентабельность вложений. Стабильный денежный поток | Сохранять или продавать бизнес. Расширять или сворачивать бизнес. Как распределять дивиденды |
| Кредиторы | Достаточность денежных средств | Заключать (продлевать) или расторгать договор |
| Постояльцы | Качество и цена услуг. Имидж гостиницы | Выбирать гостиницу для проживания или нет |
| Государственные контролирующие органы | Своевременная уплата налогов. Соблюдение законодательства | Наложение штрафов и взысканий. Возбуждение административных дел |
| Персонал | Выплата зарплаты. Перспективы развития гостиницы | Остаться работать или искать новую работу. Просить изменения условий труда |
| Руководители | Социальная стабильность. Рентабельность, структура издержек, движение денежных средств. Прогноз заполняемости | Формирование стратегии и политики гостиницы, проведение реорганизации |

Одним из важнейших показателей эффективности инвестиций в проект является «Чистый дисконтированный доход» (Общий финансовый итог от реализации проекта), в литературе обычно обозначаемый английской аббревиатурой NPV (Net Present Value).

Данный показатель – это разница (сальдо) между инвестиционными затратами и будущими поступлениями, приведенными в эквивалентные условия:

$$NPV = \sum_{t=0}^{t=n} \frac{(CF)^t}{(1+r)^t}, \qquad (1)$$

где $(CF)^t$ – финансовый итог в году t с учетом первоначальных инвестиций;

$r$ – ставка дисконтирования;

*t* – порядковый номер года в будущем считая от начала создания гостиницы.

Государственная поддержка развития туристской инфраструктуры должна осуществляться прежде всего в рамках федеральных целевых программ. В настоящее время в наибольшей степени развитие туристско-рекреационного комплекса предусматривается на новом этапе реализации ФЦП «Юг России», рассчитанной до 2012 года. Предусматривается реконструкция и модернизация существующей инфраструктуры, а также новое строительство в Кабардино-Балкарии, Карачаево-Черкесии, Дагестане, Калмыкии, Северной Осетии – Алании и Адыгее.

Приведем пример оценки эффективности инвестиционного проекта гостиницы на 20 номеров.

Сумма первоначальных инвестиций в строительство гостиницы составила 30 млн руб.

Планируемый финансовый итог 1-го года работы отеля – 11 000 000 руб.

Планируемый финансовый итог 2-го года работы отеля – 9 000 000 руб.

Планируемый финансовый итог 3-го года работы отеля – 6 000 000 руб.

Планируемый финансовый итог 4-го года работы отеля – 4 000 000 руб.

Планируемый финансовый итог 5-го года работы отеля – 3 000 000 руб.

33 000 000

Исходя из примера затраты на строительство составили 30,0 млн руб. Гостиница полностью окупается за пять лет. Наибольшую прибыль она приносит в первые два года.

Гостиница может увеличить прибыль двумя путями:

- повышение цены за номер и за другие услуги;
- снижение текущих затрат.

Первый способ ограничен условиями конкуренции на рынке или необходимостью инвестировать в повышение уровня (звездности) гостиницы.

Второй способ требует значительных управленческих усилий, но при жесткой конкуренции победит именно та гостиница, которая при прочих равных условиях сможет повысить рентабельность своих услуг, не повышая при этом стоимости номеров.

Доход гостиницы в значительной степени определяется количеством проданных номеров. Тем не менее значимую часть доходов могут составлять доходы от дополнительных услуг, например:

- услуги питания (рестораны, бары, мини-бары в номерах);
- оздоровительные услуги (сауна, SPA-услуги, тренажерный зал, бассейн и т. п.);
- бытовые услуги (салон красоты, стоянка (гараж), прачечная, присмотр за детьми и т. п.);
- услуги магазинов (продажа сувениров, книг и других товаров);
- транспортные услуги (трансфер, такси, аренда автомобилей);
- корпоративные услуги (аренда конференц-залов, услуги бизнес-центра);
- развлекательные услуги (заказ билетов в театры, на выставки и т. п., проведение экскурсий, прокат снастей и снаряжения).

Разумеется, перечень услуг может быть гораздо шире.

***N. G. Starchikova****
**Starchikova Natalya, Ph.D. in Economics,*
*JSC «AvtoVAZ», Togliatti*
NGStarchikova@vaz.ru

**FINANCIAL PLANNING IN THE HOTEL**

*Key words: financing, hotel, services, investment, tourism, planning, factors, budget, costs, revenue.*

*The author names the most promising kinds of tourism, offered by the world tourism market. She also studies the problems of financial planning and the issues connected to the hotel budget, as well as the main components of the hotel budget. The article features the basic expenses of the hotel, and the key indicator of project investment effectiveness. Certain ways to increase the profit of the hotel are suggested in this research.*

*© Старчикова Н. Г., 2011*

УДК 631.15.017.3
***Н. С. Тюрина****
**Тюрина Наталья Сергеевна, старший преподаватель*
*Саратовский государственный аграрный университет им. Н. И. Вавилова, г. Саратов*
natmouse@mail.ru
***И. В. Кузнецова****
**Кузнецова Инна Викторовна, кандидат экономических наук, доцент*
*Институт развития бизнеса и стратегий*
*ФГБОУ ВПО «Саратовский государственный технический университет», г. Саратов*
iwkuznetsowa@yandex.ru

# ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЛИЧНЫХ ПОДСОБНЫХ ХОЗЯЙСТВ С УЧЕТОМ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ РЕСУРСОВ

*Ключевые слова*: *личные подсобные хозяйства, производственные ресурсы, экономическая эффективность, ресурсный потенциал.*

*Проводится сравнительная оценка расчетных и фактических показателей производственной деятельности личных подсобных хозяйств, отклонение которых позволяет найти резервы производственной деятельности отдельных хозяйств населения Саратовской области. Обследование конкретных условий личных подсобных хозяйств позволило выделить несколько вариантов сочетания производственных ресурсов, найти наиболее оптимальный и сформулировать рекомендации по интенсивному развитию производственной деятельности личных подсобных хозяйств Саратовского региона.*

Личные подсобные хозяйства являются значимым элементом в обеспечении страны продукцией сельского хозяйства. В производстве картофеля, плодовых и ягодных культур, мяса скота и птицы, шерсти, меда хозяйства населения занимают лидирующее положение на рынке Саратовской области [4, с. 107–108]. На начало 2010 г. доля хозяйств населения в производстве продукции животноводства составила 49,5%. Личное подсобное производство в период экономической трансформации доказало свою жизнеспособность, удовлетворяя собственные потребности в продовольствии и бесперебойно снабжая продукцией местные и региональные рынки. Однако, по данным службы государственной статистики, в Саратовской области зафиксирован низкий уровень товарности личных подсобных хозяйств, что связано с низкими закупочными ценами и высокими затратами на хранение и транспортировку продукции.

Современные условия хозяйствования приводят к тому, что владельцы личных подсобных хозяйств принимают решения исходя из стремления получить максимальную выгоду в результате производственной деятельности. Однако с исследованием личных подсобных хозяйств связаны такие проблемы, как сбор и учет статистических данных, малые размеры производственных факторов и нестабильность получения доходов. Поэтому возникает объективная необходимость проведения углубленного экономического анализа на основе расчета эффективности ресурсов. Эффективность ресурса – экономическая категория, означающая количественный и качественный результат от использования какого-либо производственного ресурса [1, с. 36–38; 2, с. 295–296].

Ряд функций, определяющих предельную эффективность ресурсов в зависимости от направления производства, способствуют планировать деятельность на основе нахождения оптимального значения переменных ресурсов [2, с. 95–96; 3, с. 341–345]. С целью выявления отклонений фактических результатов от проведенных расчетов в исследовании были выбраны типичные хозяйства населения Правобережной и Левобережной зон Саратовской области, занимающиеся производственной деятельностью по различным направлениям. Комплексная оценка результативности функционирования личных подсобных хозяйств Саратовской области напрямую связана с местоположением региона и отдельных районов, природно-климатическими условиями, обеспеченностью производственными ресурсами, такими

как земельный фонд, поголовье скота, трудовые и материальные ресурсы.

В животноводстве процесс производства идет непрерывно, проявляется функциональная зависимость результатов от основных факторов. Исследование зависимости выручки от реализации молока, произведенного в хозяйствах населения Правобережной зоны Саратовской области, показало, что между результативным показателем и производственными факторами наблюдается очень высокая связь, о чем свидетельствует коэффициент корреляции, находящийся на уровне 0,949. Поголовье коров и материальные затраты обусловливают 90% всех вариаций объема товарной продукции. Доля неучтенных факторов составляет 10% [4, с. 107–108].

Оценка деятельности личных подсобных хозяйств Левобережной зоны Саратовской области свидетельствует о том, что увеличению объема производства молока способствует одновременный прирост факторных признаков на 0,76%. Значение индекса корреляции находится на уровне 0,88, что свидетельствует о высокой связи результативного показателя с производственными факторами. Коэффициент множественной детерминации показывает, что поголовье животных и материальные затраты обусловливают 77% всех изменений стоимости производства молока. Коэффициент квадрата алиенации свидетельствует о том, что доля неучтенных факторов в производстве молока личными подсобными хозяйствами Левобережья Саратовской области составляет 23% [5, с. 93–95].

Основным фактором, влияющим на производство молока, является продуктивность. В целом Саратовская область заметно выделяется в Приволжском федеральном округе по поголовью коров и уровню продуктивности в личных подсобных хозяйствах. В 2010 г. распределение мест в регионе по уровню средней продуктивности коров произошло следующим образом: личные подсобные хозяйства – 4302 кг/гол., крестьянские (фермерские) хозяйства – 3304 кг/гол., сельскохозяйственные организации – 3080 кг/гол.

Оценка фактического уровня развития производственной деятельности должна выполняться с целью определения экономической эффективности, которая может существенно изменяться в зависимости от различных направлений производства. В связи с этим необходимо проводить исследования на основе построения нескольких производственных функций и определения средней и предельной эффективности ресурсов (табл. 1). Величина предельного продукта определяется первой производной от производственной функции по конкретному ресурсу.

*Таблица 1*

***Показатели средней и предельной эффективности ресурсов личных подсобных хозяйств Саратовской области***

| Показатель | Правобережная зона | | Левобережная зона | |
|---|---|---|---|---|
| | в среднем по всем ЛПХ зоны | по расчетному ЛПХ | в среднем по всем ЛПХ зоны | по расчетному ЛПХ |
| Средняя эффективность ресурсов | | | | |
| Товарная продукция на 1 гол., руб. | 12962 | 13250 | 14885 | 16801 |
| Материалоотдача, руб./руб. | 1,18 | 1,00 | 0,65 | 0,65 |
| Предельная эффективность ресурсов | | | | |
| Товарная продукция на 1 гол., руб. | 5444 | 5565 | 21881 | 24698 |
| Материалоотдача, руб./руб. | 0,62 | 0,53 | 0,78 | 0,79 |

Минимальный уровень товарной продукции, которую производит расчетное ЛПХ Правобережной зоны, находится на отметке 5565 руб./гол., а средний – 13250 руб./гол. (табл. 1), что свидетельствует о предельном значении безубыточности деятельности личного подсобного хозяйства и о возможности приращения данного ресурса с целью повышения эффективности. Значение средней эффективности материальных затрат на производство молока в условиях исследуемого ЛПХ Левобережной зоны совпало с аналогичным показателем в среднем по ЛПХ зоны и составило 0,65 руб./руб.

В результате проведенных исследований было выявлено несколько вариантов развития производственной деятельности ЛПХ на примере изучения ресурсного потенциала конкретного хозяйства.

Рассмотрим приоритетное направление – производство молока – в условиях хозяйств населения Правобережья Саратовской области. Вариант 1: поголовье коров составляет 3 гол., материальные затраты – 26422 руб. Вариант 2: поголовье коров составляет 2 гол., материальные затраты – 28020 руб. (табл. 2).

*Таблица 2*

***Оценка использования факторов, необходимых для производства молока ЛПХ Правобережной зоны Саратовской области***

| Показатель | Вариант 1 | Вариант 2 |
|---|---|---|
| Поголовье коров, гол. | 3 | 2 |
| Материальные затраты, руб. | 26422 | 28020 |
| Стоимость произведенной продукции, руб. | | |
| теоретический уровень | 26546 | 27332 |
| эмпирический уровень | 27332 | 27332 |
| Отношение теоретического уровня к эмпирическому, % | 97,1 | 100,0 |
| Товарная продукция на 1 гол., руб. | | |
| теоретический уровень | 18849 | 13667 |
| эмпирический уровень | 13667 | 13667 |
| Отношение теоретического уровня к эмпирическому, % | 137,9 | 100,0 |
| Материалоотдача, руб./руб. | | |
| теоретический уровень | 1,00 | 0,98 |
| эмпирический уровень | 1,03 | 1,03 |
| Отношение теоретического уровня к эмпирическому, % | 97,1 | 95,1 |

Исходя из расчетов было выявлено, что при использовании трех коров и материальных затрат, соответствующих фактическим значениям, теоретический уровень стоимости произведенного молока будет ниже эмпирического на 2,9%. В результате использования данных первого варианта теоретический уровень выхода товарной продукции на 1 руб. материальных затрат будет превышать эмпирический на 37,9%. Повышение материальных затрат на 5,6% по сравнению с фактическими показателями приведет к получению продукции, по стоимости равной эмпирическому значению в размере 27322 руб. (вариант 2, табл. 2). При данном условии материалоотдача остановится на отметке 0,98 руб./руб., что свидетельствует о низком значении товарной продукции по сравнению с уровнем материальных затрат.

Таким образом, характерные особенности территориальных зон Саратовской области позволяют сделать следующие рекомендации:

1) производство молока в условиях личных подсобных хозяйств Правобережной зоны должно осуществляться по экстенсивному пути развития (за счет увеличения поголовья коров);

2) в хозяйствах населения Левобережной зоны – по интенсивному пути за счет формирования материальной базы (затраты на приобретение высококачественных кормов, добавок, своевременное ветеринарное обслуживание и т. п.).

Итак, современные условия развития производственной деятельности малых форм хозяйствования требуют оценки результативности их функционирования, которая должна проводиться на основе построения зависимостей валового (товарного) производства от имеющихся ресурсов. Эффективность функционирования личных подсобных хозяйств будет зависеть от рационального использования земельных, трудовых и материальных ресурсов и поголовья животных. Производство сельскохозяйственной продукции в личных подсобных хозяйствах должно вестись по интенсивному пути развития, который предполагает увеличение продуктивности скота за счет улучшения структуры рациона кормления и повышение урожайности культур за счет применения новых высокопродуктивных сортов и качественных удобрений.

Авторские разработки позволяют оценить существующую организацию производственной деятельности личных подсобных хозяйств, а также разработать пути дальнейшего их развития.

*Библиографический список*

1. Венецкий И. Г. Основные математико-статистические понятия и формулы в экономическом анализе / И. Г. Венецкий, В. И. Венецкая. – М. : Статистика, 1974. – 281 с.

2. Кузнецова И. В. Оптимизация ресурсного обеспечения личных подсобных хозяйств / И. В. Кузнецова, Е. Н. Бородина // Вестник развития науки и образования. – 2007. – № 2. – С. 95–96.

3. Крамер Г. Математические методы статистики : пер. с англ. / под ред. А. Н. Колмогорова. – Изд. 2-е, стереотип. – М. : Мир, 1975. – 648 с.

4. Маслова Е. Н. Региональные аспекты функционирования личных подсобных хозяйств / Е. Н. Маслова, Н. С. Тюрина // Вавиловские чтения – 2007 : материалы международ. науч.-практ. конф. – Саратов, 2007. – С. 107–108.

5. Тюрина Н. С. Оценка эффективности функционирования личных подсобных хозяйств Саратовской области / Н. С. Тюрина, Е. Н. Маслова // Вестник Саратовского госагроуниверситета им. Н. И. Вавилова. – 2009. – № 3. – С. 91–96.

---

***N. S. Tyurina****
**Tyurina Natalia, Senior Lecturer of*
*Saratov State Agrarian University of N.I. Vavilov, Saratov*
natmouse@mail.ru
***I. V. Kuznetsova****
**Kuznetsova Inna, Ph.D. in Economics, Associate Professor of*
*Institute of Business Development and Strategies, «Saratov State Technical University», Saratov*
iwkuznetsowa@yandex.ru

## PERFORMANCE ENHANCEMENT OF PRIVATE FARMS BASED ON PRODUCTIVE RESOURCES

*Key words: private farms, productive resources, economic efficiency, resource potential.*

*The author has carried out comparative assessment of theoretical and actual performance indicators of private farms. The detected deviation indicates the production reserves of individual farms in Saratov region. Studying specific conditions of private farms helps to identify several options of productive resources combinations and to choose the best one of them. The research provides certain recommendations for intensive development of production at private farms of Saratov region.*

---

*© Тюрина Н. С., Кузнецова И. В., 2011*

## РЕГИОНАЛЬНАЯ СФЕРА УСЛУГ: ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 338.465.2
***Ю. Э. Аппанова****
**Аппанова Юлия Эдуардовна, аспирант*
*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*
Julia.appanova@yandex.ru

# РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ: МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ

*Ключевые слова: сфера услуг, управление, ресурсное обеспечение, оценка, метод, подходы к оценке управления ресурсным обеспечением.*

*Рассмотрены и охарактеризованы существующие подходы к оценке управления. Выявлена значимость системного подхода в целях оценки управления ресурсным обеспечением сферы услуг, предложены направления оценки ресурсного обеспечения предприятий сферы услуг.*

Ресурсы – источник энергии предприятий сферы услуг, основной фактор их деятельности, поэтому жизненно важно эффективно управлять ими. Эффективность деятельности предприятий различного профиля в значительной мере определяется тем, насколько результативно они осуществляют управление имеющимися в их в распоряжении ресурсами. Сказанное в первую очередь относится к предприятиям сферы услуг, где в отличие от материального производства отсутствует разрыв во времени между процессом создания услуги и ее потреблением, т. е. накладывается дополнительный ограничивающий фактор использования ресурсов – фактор времени. В отношении ресурсов действует закон убывающей отдачи (производительности) ресурсов во времени.

Роль сферы услуг с развитием социально-экономического общества заметно усиливается. Если раньше она являлась в значительной мере зависимой от материального производства, то в настоящее время доминирующие позиции переходят к сфере услуг. Вследствие этого эффективное управление ресурсным обеспечением на предприятиях сферы услуг в значительной степени влияет на развитие экономики государства.

Эффективность функционирования предприятий сферы услуг напрямую зависит от ресурсов по следующим причинам:

- количества и качества привлеченных ресурсов, их производительного взаимодействия, что определяет доходность деятельности: выручка, доходы от финансовой и инвестиционной деятельности, гудвилл, приток денежных средств;

- количества, стоимости использованных ресурсов, которые измеряются (оцениваются) затратами ресурсов: себестоимость, расходы на финансовую, инвестиционную деятельность, отток денежных средств;

- разница между доходами от эксплуатации ресурсов и затратами на их привлечение и использование дает положительный финансовый эффект (прибыль, рост капитала, чистый дисконтированный денежный поток);

- эффективная эксплуатация ресурсов обеспечивает предприятиям сферы услуг лидерство в затратах по отрасли, то есть усиление конкурентных преимуществ;

- привлечения инвестиций в бизнес при оценке инвесторами качества и производительности ресурсов предприятия.

Сложность управления элементами ресурсного обеспечения на предприятиях сферы услуг усугубляется наличием большого количества факторов влияния и отсутствием единых методов оценки данных элементов. Для эффективного управления ресурсным обеспечением предприятий сферы услуг необходимо комплексное воздействие на все этапы ресурсного обеспечения. Данная система должна определять и согласовывать управленческие действия на различных уровнях и горизонтах управления с учетом особенностей функционирования предприятий сферы услуг. Однако управление ресурсным обеспечением будет эффективно только при наличии грамотного методического инструментария, обеспечивающего выделение клю-

чевых факторов влияния, системный характер измерения ресурсов и оптимизацию управленческих решений, адекватных поставленным целям.

Метод (от греч. méthodos – путь исследования или познания, теория, учение) – это совокупность приемов или операций практического или теоретического освоения действительности, подчиненных решению конкретной задачи [3].

Вопросы управления в настоящее время освещаются во многих литературных источниках. Однако литературы, посвященной именно методике оценки управления ресурсным обеспечением предприятий с использованием научных подходов, практически нет. В связи с этим большое значение приобретает изучение вопросов использования научных методических подходов к управлению ресурсным обеспечением предприятий сферы услуг.

Так, существует множество подходов к оценке управления различными объектами. Среди основных можно выделить следующие научные подходы: системный, функциональный, поведенческий, процессный, интеграционный, маркетинговый, ситуационный, комплексный, количественный, нормативный.

Все вышеперечисленные подходы рекомендуется применять при решении любой задачи, возникающей при функционировании или развитии предприятия по стадиям его жизненного цикла, при стратегическом, тактическом или оперативном управлении.

В целях оценки управления ресурсным обеспечением предприятий сферы услуг можно выделить пять научных подходов:

- традиционный, или классический;
- функциональный;
- процессный;
- системный;
- ситуационный.

Суть традиционного подхода [6]: отдельно рассматривается работа, администрирование, персонал, мотивация труда, лидерство, организационная культура и т. д.

Суть процессного подхода [2]: управление рассматривается как процесс, например: «постановка целей и задач → планирование → организация → мотивация → контроль». Разработка процесса заключается в выработке алгоритма управления объектом. Данный этап ставится на первый план.

Суть ситуационного подхода: методы управления могут меняться в зависимости от ситуации; на практике результаты деятельности предприятий анализируются в различных практических ситуациях; ищутся наиболее значимые ситуационные факторы, влияющие на анализируемые показатели в динамике, прогнозируются последствия (будущий спрос, затраты, финансовые поступления и т. д.); на основании полученных данных планируется будущая деятельность предприятия. Часто ситуационный анализ проводят методами экспертных оценок, «мозгового штурма (атаки)» (с аргументами «за» и «против»), с использованием кейсов (от англ. – случай) – деловых ситуаций, помогающих накапливать практический опыт и принимать правильные управленческие решения.

Суть системного подхода: управление рассматривается как система со своим входом (цели, задачи), выходом (результаты работы по показателям), обратными связями и внешними воздействиями (налоговое законодательство, экономические факторы, конкуренты и т. д.).

Не существует универсального методического подхода к управлению ресурсным обеспечением предприятий сферы услуг. Выбор нужного подхода предопределен не только средой функционирования, характером и видом предоставляемых услуг, состоянием предприятия, но и зависит от желаемых конечных результатов от использования конкретных подходов к управлению, способа мышления управленческих кадров и возможности реагирования руководства на изменяющиеся условия функционирования предприятия.

Так, для достижения главной цели управления – повышения эффективности функционирования предприятия в целом – на практике возможно применение всех вышеперечисленных подходов, используя их комбинацию.

Поскольку предприятие сферы услуг является сложной открытой системой с множеством параметров, на взгляд автора, именно использование системного подхода в качестве основного является приемлемым для оценки управления ресурсным обеспечением предприятий сферы услуг.

Основные принципы системного подхода [5]:

- Определение границ системы и внешней среды и особенностей их взаимодействия.

- Система характеризуется комплексом внешних и внутренних целей, показателей их достижения, а также используемых для достижения целей стратегий.

- Взаимодействие между системой и внешней средой, а также между элементами внутри системы осуществляется на основе прямых и обратных связей.

- Систему исследуют в динамике, на основе чего выявляются новые проблемы, происходит корректировка системы целей и необходимых для их достижения стратегий.

- Одни и те же цели системы могут достигаться на основе различных комбинаций используемых стратегий деятельности и привлекаемых ресурсов.

Оценка управления ресурсным обеспечением предприятий сферы услуг с помощью системного подхода подразумевает рассмотрение управления как комплексной системы, обеспечивающей разработку взаимозависимых управленческих решений, каждое из которых вносит свой вклад в результативность процесса ресурсного обеспечения. Ресурсное обеспечение затрагивает все сферы деятельности экономических субъектов и, естественно, всегда представляет собой объект управления.

Система управления ресурсными обеспечением на предприятии сферы услуг может быть представлена множеством взаимодействующих подсистем, находящихся в отношениях и связях друг с другом и составляющих целостное образование.

Методика анализа системы управления ресурсным обеспечением на предприятиях сферы услуг подразумевает анализ следующих взаимосвязанных подсистем:

- целевой подсистемы (этапы постановки целей и задач);

- обеспечивающей подсистемы;

- подсистемы анализа ресурсного обеспечения;

- функциональной подсистемы.

Вышеперечисленные подсистемы согласно предложенной методике должны быть проанализированы с помощью метода экспертных оценок.

Данные подсистемы призваны оптимально обеспечить решение задач управления. Ресурсное обеспечение на предприятиях сферы услуг рассматривается как процесс формирования, накопления, распределения и взаимодействия ресурсов. Данный процесс представляет собой одну из важнейших функций, реализация которых определяет уровень развития предприятия сферы услуг и эффективность его функционирования. Исследование его закономерностей требуется для рационального, эффективного и своевременного формирования и распределения ресурсов, необходимых для проведения работ по всем циклам.

Автором статьи представлены направления, по которым можно оценить ресурсное обеспечение предприятий сферы услуг. В рамках системного подхода ресурсное обеспечение является объектом управления и рассматривается как процесс.

На 1 этапе процесса ресурсного обеспечения осуществляется формулировка задач и принципов привлечения ресурсов.

Содержание данного этапа:

1. Формулировка задач и принципов привлечения ресурсов.

Возможные принципы привлечения ресурсов:

- Альтернативность – возможные варианты решений.

- Выбор лучшего варианта на основе критериев оптимальности, которые устанавливаются предприятием.

- Обоснованная оценка ресурсов с позиций: экономической, рыночной, технической, юридической, кадровой, рисковой и других.

- Соответствие стратегии, целям.

- Прирост рыночных возможностей.

- Измеримость ресурсов: натуральная, стоимостная.

- Производительность ресурсов.

- Результативность – услуга, предоставленная потребителю (количество, качество, преимущества).

- Финансовый результат: выручка, прибыль, отдача на вложенный капитал и другие.

2 этап ресурсного обеспечения – определение потребности в необходимых ресурсах. Направления оценки:

1. Составление на основании анализа входящей информации перечня ресурсов, необходимых и достаточных для результативного производства и реализации услуг.

2. Определение роли и значения каждого ресурса в целях рационального производства и реализации услуг.

3. Выделение ключевых ресурсов – наиболее значимых для деятельности по предоставлению услуг.

4. Установление критериев качества по ресурсам – наиболее значимых для деятельности по предоставлению услуг.

Этап по определению потребности в необходимых ресурсах реализуется экспертным методом за счет использования профессиональных компетенций собственных или сторонних специалистов.

На основании анализа экспертных оценок составляется таблица (табл. 1).

*Таблица 1*

***Определение потребности в необходимых ресурсах***

| Состав и количество необходимых ресурсов | Роль ресурсов в процессе производства и предоставления услуг | Классификация услуг |
|---|---|---|
| | | |

3 этап ресурсного обеспечения – измерение и оценка количества и качества необходимых ресурсов. Направления оценки:

1. Анализ источников внешней информации о ресурсах. В качестве источников могут быть: книги, статьи в журналах и газетах, публикации различных конференций, каталоги, публикации государственных органов и др.

2. Определение количественных параметров ресурсов на основании анализа входящей информации, необходимых для осуществления деятельности по производству и предоставлению услуг.

3. Определение качественных характеристик ресурсов на основании анализа входящей информации, необходимых для осуществления деятельности по производству и предоставлению услуг.

4. Определение вариантов по возможностям привлечения различного количества ресурсов.

5. Установление количественных и качественных показателей применения ресурсов.

6. Разработка критериев принятия решений по ресурсам в количественном и качественном аспектах.

7. Оценка возможных изменений в привлечении ресурсов.

8. Обеспеченность методиками, необходимыми на данном этапе ресурсного обеспечения.

Методы, которые могут применяться на данном этапе:

- для расчета количества необходимых ресурсов: математические, экономические формулы расчета показателей;

- в целях анализа внешней среды: PEST-анализ, SWOT-анализ и другие методы; в целях измерения и оценки могут применяться данные финансовой отчетности; анализ причинно-следственных связей; анализ экономических и рыночных показателей (система сбалансированных показателей, доход на капитал, дисконтированные денежные потоки, доля рынка и другие), математические методы. Выбор показателей, систем, методов оценки определяется, как правило, самим предприятием;

- в целях исследования могут применяться следующие методы: наблюдение, эксперимент; групповые исследования; качественные исследования; обзорные исследования.

4 этап ресурсного обеспечения – определение источников формирования и способов привлечения ресурсов (собственные или заемные средства).

Возможные способы привлечения необходимых ресурсов на предприятиях сферы услуг:

- Приобретение, покупка, обмен.
- Аренда, безвозмездное пользование.
- Наем кадров.
- Аутсорсинг.
- Вложение инвестиций.
- Участие в капитале.

Направления оценки данного этапа:

1. Анализ источников внешней информации о ресурсах.

2. Определение возможных источников привлечения ресурсов на основании анализа источников внешней среды, необходимых для рационального объема производства и реализации услуг: собственных или заемных.

3. Оценка альтернатив по критерию выгодности: покупать, производить самому предприятию или другие способы привлечения ресурсов.

4. Осуществление сбора информации по заемным источникам.

5. Оценка собранной информации по заемным источникам.

6. Оценка вариантов на основании критериев, принципов, условий и способов.

7. Оценка возможности поступления необходимых ресурсов и предложений поставщиков по количеству, цене, качеству поставляемых ресурсов.

8. Определение источников формирования и способов привлечения ресурсов.

9. Обеспеченность методиками, необходимыми на данном этапе ресурсного обеспечения.

Анализ показателей, применяемых на данном этапе:

- по привлечению финансовых ресурсов: расчеты коэффициентов ликвидности и финансовой устойчивости;

- в целях анализа внешних источников среды: PEST-анализ, SWOT-анализ и другие методы;

- в целях измерения и оценки могут применяться данные финансовой отчетности; анализ причинно-следственных связей; анализ экономических и рыночных показателей (система сбалансированных показателей, доход на капитал, дисконтированные денежные потоки, доля рынка и другие), математические методы;

- в целях исследования: наблюдение, эксперимент; групповые исследования; качественные исследования; обзорные исследования.

5 этап ресурсного обеспечения – определение стоимости ресурсов. Направления оценки:

1. Анализ существующих методов оценки стоимости ресурсов.

2. Анализ внешних источников информации о ресурсах.

3. На основании анализа внешних источников информации определение стоимости единицы каждого ресурса, необходимого для осуществления деятельности по рациональному производству и предоставлению услуг.

4. Сравнение стоимостей различными методами.

5. Осуществление сбора и анализа информации по поставщикам.

6. Оценка вычисленной стоимости и выбор наилучшего результата (с минимальной стоимостью ресурсов).

7. Осуществление расчета общей стоимости необходимых и достаточных ресурсов.

8. Обеспеченность методиками, необходимыми для определения стоимости ресурсов.

6 этап процесса ресурсного обеспечения – накопление, распределение ресурсов и формирование ресурсного потенциала.

Направления оценки:

1. Анализ накопления ресурсов на предприятиях сферы услуг.

2. Анализ распределения ресурсов.

3. Разработка показателей оценки ресурсного потенциала на предприятиях сферы услуг.

4. Оценка использования имеющихся ресурсов на предприятии (трудовых, финансовых, материальных и др.).

5. Внедрение на предприятии инновационных ресурсов, ранее не использующихся в процессе производства и реализации услуг.

Для оценки управления ресурсным обеспечением предприятий сферы услуг важна организация ресурсного обеспечения. Организация ресурсного обеспечения подразумевает следующие этапы:

1. Разработка правил и порядка формирования и использования ресурсов на предприятиях сферы услуг.

2. Распределение прав и обязанностей по обеспечению процесса ресурсного обеспечения (Кто? Что делает? Где? Когда? Как? и Почему?).

3. Назначение ответственных за управление ресурсным обеспечением (Кто планирует? Кто контролирует? Кто учитывает?).

Таким образом, в результате рассмотрения различных методических подходов к оценке управления было выявлено, что не существует универсального методического подхода к управлению ресурсным обеспечением предприятий сферы услуг. Выбор нужного подхода предопределен не только средой функционирования, характером и видом предоставляемых услуг, состоянием предприятия, но и зависит от желаемых конечных результатов от использования конкретных подходов к управлению, способа мышления управленческих кадров и возможности реагирования руководства на изменяющиеся условия функционирования предприятий сферы услуг.

Автором было предложено использовать системный подход к методическим подходам оценки управления ресурсным обеспечением предприятий сферы услуг. Выгода от

применения системного подхода к оценке управления проявляются в следующем:

1) нацеленность привлечения и использования ресурсов на результативность и эффективность деятельности предприятий сферы услуг;

2) оптимизация затрат ресурсов в зависимости от ориентированности на доходность и укрепление рыночных позиций, конкурентной способности;

3) накопление ресурсов для расширенного воспроизводства капитала, повышения стоимости предприятия за счет гудвилла.

*Библиографический список*

1. Бурманн К. Нематериальные организационные способности как компонент стоимости предприятия // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 3. – С. 99–104.

2. Ковалев А. Н. Ресурсный потенциал торговых организаций и эффективность его использования // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – № 5. – С. 34–37.

3. Окорокова Л. Г. Методология и принципы эффективного использования и формирования ресурсного потенциала промышленных предприятий. – М. : РГБ, 2003. – С. 12–15.

4. Солдатов В. В. Стратегическое управление ресурсами // Современные аспекты экономики. – 2010. – № 5. – С. 25–28.

5. Стексова С. Ю. Методология определения ресурсного потенциала строительного предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. – № 4. – С. 83–86.

6. Французова М. А. Сущность ресурсного обеспечения деятельности организации // Транспортное дело России. – 2008. – № 3. – С. 12–14.

7. Ханжина В., Попов Е. Структура рыночного потенциала предприятия // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 6. – С. 118–122.

8. Шебек С. А. Ресурсы: квалификация и классификация // Экономика. – 2009. – № 7. – С. 18–21.

---

***Yu. E. Appanova****

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

**RESOURCE SUPPLY OF SERVICE SPHERE COMPANIES: METHODOLOGICAL APPROACHES TO MANAGEMENT**

*Key words: service sphere, management, resourcing, assessment, method, approaches to assessment of resourcing management.*

*The author has examined and described the existing approaches to management assessment. The article reveals the importance of systematic approach to assessment of resourcing management in service sphere. Certain ways of resource supply assessment in service sphere are suggested in this work.*

---

*© Аппанова Ю. Э., 2011*

УДК 338.465.2
***Е. М. Баканкова****
**Баканкова Елена Михайловна, аспирант*
*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*
bakankova_elena@mail.ru

# ИНСТРУМЕНТАРИЙ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

*Ключевые слова: имидж, предприятие сферы услуг, формирование, средства формирования.*

*Рассматриваются основные инструменты создания имиджа предприятия сферы услуг, описаны процесс и этапы его формирования. В настоящее время, в условиях быстро изменяющегося, постоянно развивающегося социума, ключевым фактором формирования имиджа предприятия является степень его соответствия миссии, целям, задачам, требованиям общества.*

В условиях рыночной трансформации повышенное внимание к проблеме формирования позитивного, сильного имиджа не случайно, поскольку он оказывает положительное влияние на внешнюю среду предприятия. Имидж становится необходимостью для достижения устойчивости и успеха предприятия: он позволяет ощутить определенную рыночную силу, уменьшить степень заменяемости услуг аналогами, следовательно, укрепить позиции предприятия на рынке.

Имидж предприятия – это лицо, образ, создаваемый вокруг такового с целью увеличения его популяризации, проявления эмоционально-психологических воздействий на мнение общества.

Сегодня имидж является важнейшей характеристикой, которая играет значимую роль в повышении конкурентоспособности предприятия, привлечении потребителей и партнеров. Имидж рассматривается как средство, инструмент для решения поставленных задач. Однако главной особенностью является то, что имидж выступает и объектом управления.

Формирование образа, лица предприятия – задача не только для специалистов в области маркетинга, рекламы и направленных на эти цели акций и мероприятий. Большое значение для имиджа имеют и качество оказываемых услуг, отношение персонала к работодателю, клиентам.

Формирование имиджа предполагает определение рода деятельности предприятия в настоящее время и в перспективе, а также отличия услуг данного предприятия от конкурентов.

Основные задачи формирования имиджа заключаются в следующих аспектах:

- повышение престижа предприятия;
- увеличение эффективности рекламных акций и мероприятий по продвижению услуг;
- облегчение внедрения новых услуг, поскольку предприятию с уже сформированным в обществе имиджем вывести продукцию на рынок легче;
- повышение конкурентоспособности предприятия: в условиях равнозначности услуг конкуренция осуществляется на уровне имиджа предприятий.

Формирование имиджа начинается с момента выхода предприятия на рынок. Однако в большинстве случаев у руководителей не хватает времени, сил, материальных средств для отслеживания возникающего образа предприятия с целью его корректирования в желаемом направлении. В таких случаях имидж формируется стихийно, что предполагает как положительные, так и отрицательные моменты. Формирование специального имиджа начинается с момента постановки у руководителей предприятия таких вопросов, как: каковы отличительные особенности предоставляемых услуг от услуг конкурентов и каким образом привлечь различные группы потребителей?

Работа с имиджем – это кропотливый и тонкий труд, затрагивающий разные уровни, множество процессов и людей на предприятии. Поэтому создание имиджа необходимо доверять высококвалифицированным профессионалам. Если предприятие не создаст необходимый для него имидж, потребители будут руководствоваться своим воображе-

нием и могут прийти к варианту имиджа, не эффективному для предприятия.

Концептуальные основы создания имиджа предприятия предполагает установление определенной последовательности. Согласно Б. Джи, можно выделить следующие этапы формирования имиджа [2]:

I – Формулировка цели формирования имиджа.

II – Установление целевой аудитории с учетом таких характеристик, как возраст, род занятий, социальный статус и т. д.

III – Создание концепции имиджа: основные принципы, мотивы и ценности, свойственные предприятию, его услугам, их значимость для потребителя.

IV – Оценка возможностей (ресурсов) предприятия для формирования заявленного имиджа.

V – Определение и укоренение имиджа в сознании потребителя.

VI – Определение состояния имиджа, контроллинг реализации программы по формированию имиджа.

Формирование эффективного, всестороннего имиджа предприятия осуществляется в соответствии с планом, элементы которого взаимосвязаны между собой. Эффективность плана достигается при системном функционировании всех частей, таких как:

1. Создание фундамента: построение плана, основными характеристиками являются ценности, цели, принципы и политика предприятия. План предполагает создание прочного основания, фундамента имиджа предприятия как внутреннего, так и внешнего.

2. Внешний имидж формируется на общественном мнении о предприятии, который основывается на качестве услуг, рекламе, общественной деятельности, связях со средствами массовой информации, связях с инвесторами, отношениях персонала к работе.

3. Внутренний имидж – внутренняя атмосфера предприятия, отношение сотрудников (позитив или негатив) к политике предприятия, его руководству.

4. Неосязаемый имидж – реакция потребителей на видимые характеристики: обслуживание, отношение персонала предприятия к клиентам, влияющие на деловую репутацию предприятия.

Каждая из представленных частей предполагает достижение таких основных задач, как:

* установление высокого уровня компетентности и эффективности работы с потребителем;

* поддержание имиджа успешности предприятия;

* достижение эмоциональной связи с потребителем и общественностью.

В настоящее время создание имиджа предприятия обоснованно считается инновацией и находится в зоне особого внимания руководителей. Грамотно и эффективно созданный имидж предприятия позволяет увеличить доходы предприятия.

В рыночной среде формирование имиджа предприятия строится на основе поведенческого подхода, с помощью интегрированных связей маркетинга, каждый из которых имеет свои сильные и слабые стороны. Системное объединение данных средств позволяет обеспечить усиление преимуществ и уравнять недостатки каждого из средств.

Процесс формирования имиджа предприятия состоит из нескольких этапов. Согласно И. В. Алешиной, можно представить следующую последовательность [1]:

1) формулирование видения, миссии предприятия;

2) определение индивидуальности предприятия (уникальных характеристик);

3) формирование идентичности предприятия;

4) разработка имиджа предприятия.

Процесс управления и формирования имиджа предприятия начинается с формулирования видения, а также миссии предприятия как социально значимого для него статуса. Видение представляет собой сведения об окружающей действительности (настоящей и будущей). Формирование видения является одной из главных задач и обязанностей руководителей предприятия. Миссия предполагает определение значимости статуса и роли предприятия в обществе. Миссия рассматривается как стратегический механизм, позволяющий идентифицировать основной сегмент рынка и определить основу деятельности предприятия.

Следующим этапом необходимо определить индивидуальность предприятия, его личность. Индивидуальность предприятия позволяет отразить культуру предприятия: сложившиеся ценности, нормы, правила поведения и т. д. Индивидуальность проявляется в организационном стиле, его образе,

использовании материальных, финансовых, информационных ресурсов.

Далее определяется идентичность предприятия, включающая в себя систему коммуникативных средств: название, символы, знаки, логотип, цвет, которые отражают его индивидуальность. Идентичность позволяет отразить миссию и структуру предприятия.

Результатом работы над идентичностью предприятия является имидж предприятия. Имидж предприятия – это восприятие, сложившееся в сознании группы общественности о таковом. Достижение необходимого положительного имиджа и лояльности потребителей является основной целью управления идентичностью предприятия.

Следовательно, основываясь на представлениях об окружающей действительности, на миссии предприятия, представляется возможным акцентировать внимание на отдельных элементах индивидуальности, определяя его идентичность, которая, в свою очередь, является основанием имиджа. В данном процессе важна также обратная связь, позволяющая определить соответствие имиджа предприятия его миссии.

Резюмируя, необходимо отметить: основу формирования имиджа представляет миссия предприятия, его индивидуальность и идентичность. Исследование представленных элементов, позволяет выделить следующие ключевые моменты процесса при создании имиджа: формирование целевых групп общества, определение сильных и слабых сторон предоставляемых услуг, приближение характеристик услуг под требования потребителей и приведение определенных атрибутов в конкретную формы (вербальная, визуальная, событийная).

При формирования имиджа предприятия используют основные инструменты, средства, к которым относятся:

1. Фирменный стиль – основание имиджа, совокупность художественных, текстовых, технических компонентов, обеспечивающих зрительные и смысловые характеристики услуг и деятельности предприятия. Понятие «фирменный стиль» включает в себя два элемента: а) внешний образ, который основывается на едином стиле оформления таких характеристик, как товарный знак, логотип, деловая документация, фирменный блок, фирменная цветовая гамма, фирменная вывеска, фирменная одежда, рекламные объявления, буклеты и т. д.; б) характер поведения на рынке, формируемый на взаимоотношениях предприятия и партнеров, клиентов, поставщиков, банков, конкурентов.

2. Дизайнерский прием формирования имиджа, состоящий из создания упаковки, оформления витрины, офиса, разработки макета объявления. Последние могут быть различными, однако единичный элемент, присутствующий во всех макетах, делает все серии узнаваемыми.

3. Вербальные средства – специально стилистически подобранные слова, ориентированные на потребителей.

4. Рекламные средства, используемые в каждых конкретных случаях, способствуют формированию благоприятных отношений.

5. PR-мероприятия – эффективно планируемые постоянные усилия для установления и укрепления взаимоотношений между предприятием и обществом. Специфика проводимых мероприятий должна соответствовать специфике предприятия.

Формирование и управление имиджем предприятия – это сложный и многогранный труд высококвалифицированных специалистов, требующий систематизированных знаний и фундаментальных основ в таких сферах, как маркетинг, реклама, PR, менеджмент.

*Библиографический список*

1. Алешина И. В. Корпоративный имидж: стратегический аспект // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – № 1.

2. Джи Б. Д. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение (Теория и практика менеджмента). – СПб. : Питер, 2000.

3. Даниленко Л. В. Все об имидже: от подходов до рекомендаций // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2007.

4. Звездочкин Ю. Ю. Имидж-система университета / Ю. Ю. Звездочкин, Б. Ю. Сербиновский. – Новочеркасск : ЮРГТУ (НПИ), 2009.

5. Рогалева Н. Л. Современная концепция имиджа организации // Управление персоналом. – 2007. – № 2.

***E. M. Bakankova****
**Bakankova Elena, graduate student of*
*Volga Region State University of Service, Togliatti*
bakankova_elena@mail.ru

## TOOLS OF IMAGE-MAKING FOR SERVICE SPHERE COMPANIES

*Key words: image, service sphere company, forming, means of forming.*

*The article studies basic tools of creating the image of service sphere companies, describes the process and stages of its formation. The present time is characterized by rapidly changing, constantly developing society. In these conditions, the key factor of creating the company's image becomes the degree of its conformity with the mission, goals, objectives and requirements of the society.*

*© Баканкова Е. М., 2011*

УДК 338.465.2
***С. А. Грашин****
**Грашин Сергей Александрович, ст. преподаватель*
*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*
kaf_sks@tolgas.ru

# ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ УСЛУГ

*Ключевые слова: территориальная политика, территориальная сегментация, специфика процесса оказания услуг, степень дифференциации услуг, процесс планирования, современное программирование.*

*Рассматриваются специфика и своеобразие предприятий региональной сферы услуг изнутри, процесс оказания услуг с использованием прогрессивных форм разделения и кооперации труда, рационализации рабочих мест, обеспечения благоприятных условий труда, разработки эффективных систем оплаты труда, формирования должной инфраструктуры предприятия, затрагиваются вопросы актуализации проблем в процессе территориального программирования.*

Развитие региональной сферы услуг становится одним из наиболее главных вопросов в области управления народным хозяйством. Регионы России обладают существенным потенциалом, который при определенных условиях может быть дополнительным источником роста экономики страны, вместе с тем разница между регионами способна в долгосрочной перспективе оказаться ограничителем роста российской экономики. В этой связи стратегия развития страны должна стать единой и направлена на достижение ключевых целей, стоящих перед Россией в долгосрочной перспективе. Помимо определения задач долгосрочного развития экономики необходимо понимание того, за счет использования каких действий можно добиться поставленных целей, при этом необходимым условием является внедрение комплексных подходов, в том числе с учетом региональной компоненты к прогнозированию развития регионов страны.

Сфера услуг выполняет главные экономические и социальные функции, она является комплексной и многоликой, призванной удовлетворять индивидуальные запросы и потребности клиентов. Внимание сегодня к сфере услуг ослаблено, утеряно большинство производственных площадей, которые занимали предприятия сферы услуг, в настоящее время приходит понимание того, что без отлаженного сервисного обслуживания населения не может быть современного государства с развитой экономикой.

На современном этапе экономического развития рынка сервисных услуг главное – понять специфику предприятий данной сферы, для того чтобы эффективно организовывать и рационально планировать процессы оказания услуг, а каждое предприятие сферы сервиса должно осуществлять процесс оказания услуги, чтобы обеспечить прибыль предприятию. Организация процесса оказания услуг должна использовать прогрессивные формы кооперации и разделения труда, обеспечение благоприятных условий труда, разработку эффективных систем оплаты труда, рационализацию рабочих мест, формирование должной инфраструктуры предприятия.

Деятельность предприятий сферы сервиса должна быть направлена на удовлетворение потребностей населения в услугах и извлечении прибыли. Для этого необходимо использовать современные методы, принципы и формы организации выполнения услуг, изготовление продукции по требованиям потребителей. Главное в решении этих задач для сферы услуг – это выполнение функции обслуживания, удовлетворения материальных и духовных потребностей населения, создания наиболее благоприятных условий жизнедеятельности, особенность заключается в том, что она не просто часть общественного производства, а фактор, непосредственно формирующий социально-экономические условия пропорциональности развития качества жизни населения, степень его благосостояния и жизнеустройства.

Рынок услуг развивается в рамках общих законов рыночной экономики и подчиняющейся им, вместе с тем он имеет ряд специфических черт, обусловливающих нужный подход к предпринимательской дея-

тельности, призванной обеспечить удовлетворение спроса на услуги, к ним относятся:

- специфика процесса оказания услуг;
- скорость оборота капитала;
- территориальная сегментация;
- чувствительность к изменениям рыночной конъюнктуры;
- степень дифференциации услуг;
- неопределенность результата деятельности по оказанию услуги;
- локальный характер услуг;
- динамичность рыночных процессов [1].

Цели, задачи, приоритеты и принципы территориальной политики, а также условия их реализации определяются в рамках программы развития сферы услуг, процесс формирования целевых программ представляет собой совокупность следующих этапов:

- аналитический этап;
- этап разработки стратегии;
- этап формирования целевой программы;
- этап оценки ресурсных возможностей;
- этап мониторинга процессов реализации и учета промежуточных и конечных результатов выполнения программы, на котором ведется постоянный контроль выполнения программы, а при наличии отклонений осуществляется корректировка мероприятий и требуемых ресурсов [4].

Количество и масштабы существующих проблем всегда больше возможностей реализации программ решения этих проблем, в этом проявляется универсальный экономический принцип ограниченности ресурсов, учет которого представляет важнейшее условие эффективного управления.

Современное программирование предполагает три основных этапа отбора территориальных проблем:

- отбор проблем, требующих решения;
- обоснование решения проблем программным методом;
- экспертная оценка целесообразности решения проблем программным методом [2].

Рассмотрим первый этап, который содержит следующие задачи:

- комплексное изучение концепции и прогнозов функционирования региональной экономики;
- анализ социально-экономической ситуации, которая включает в себя потенциал региона;
- определение мест, порождающих проблемные ситуации;
- выделение и описание проблем, требующих неотложного решения;
- структурный, качественный анализ выделенных проблем, выявление их соподчиненности и взаимосвязей;
- рассмотрение вопросов, подлежащих решению в совокупности с уже решаемыми региональными проблемами;
- качество обслуживания клиентов и другие.

Территориальной проблеме сферы услуг для включения ее в целевую программу по решению вопросов необходимо иметь такие признаки, как неразрешимость в заданные сроки на основе других методов и форм управления, конечность во времени реализации, локализуемость проблемного объекта и др.

Практика программирования предполагает ресурсное обоснование возможности решения проблем программным методом, для того чтобы программы были реализованы, а задачи выполнены. Инициаторами постановки проблем для целей программирования могут выступать органы власти и управления сферой услуг региона, предприятия, а также общественные организации, предприниматели, отдельные граждане и т. д., ежегодно перечень проблем должен обновляться.

В настоящий момент практически отсутствуют программы и планы развития региональной сферы услуг, между тем вся совокупность проблем, имеющихся в этой сфере, может быть сгруппирована по следующим направлениям:

- совершенствование институциональной структуры управления сферой услуг;
- расширение информационной и нормативно-правовой базы;
- создание комфортной информационной среды для клиентов;
- содействие привлечению инвестиций;
- развитие различных видов и форм сферы сервиса;
- методическое обеспечение развития сферы сервиса.

Выделяют краткосрочные и долгосрочные цели и соответствующие критерии экономического развития региона. В качестве краткосрочных целей рассматривают достижение конкретных величин прироста в следующем месяце, квартале, году. В качестве долгосрочных целей рассматривают повышение уровня жизни, включая уровень здра-

воохранения, образования и культуры, становление и развитие общества, создание рабочих мест высшей квалификации для будущих поколений. Краткосрочные и долгосрочные цели по содержанию могут различаться, и меры по их достижению неодинаковы.

В современных условиях в качестве целей регионального развития выступают промежуточные задачи, влияющих на условия успешного развития, среди таких целей можно назвать:

- повышение уровня занятости населения;
- развитие малого бизнеса;
- привлечение новых видов бизнеса;
- расширение существующего бизнеса;
- развитие промышленности;
- развитие сферы услуг.

Таким образом, предприятия сферы сервиса удовлетворяют потребности населения в услугах различного характера, а также разрабатывают и внедряют рациональные формы и методы обслуживания. Недостаточное внимание к проблемам сферы сервиса в научно- техническом прогрессе, росте эффективности производства, потенциала приводит к нарушению пропорционального развития народного хозяйства. Современные представления о сфере услуг меняют критерии оценки регионов, на первое место выдвигаются такие факторы, как сеть бизнеса, управленческие технологии, богатство людьми и их квалификация, рыночная инфраструктура, которые оказывают решающее влияние на темпы и направление экономического развития страны [5].

*Библиографический список*

1. Виноградова М. В., Панина З. И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса : учеб. пособие. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К°, 2008. – 464 с.

2. Богданов Е. И. Планирование на предприятии туризма / Е. И. Богданов, О. Н. Кострюкова, В. П. Орловская, П. М. Фенин. – СПб. : Изд. дом «Бизнес-пресса», 2003. – 288 с.

3. Гранберг Л. Г. Основы региональной экономики. – М. : Эксмо, 2007. – 452 с.

4. Севостьянова С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства : учеб. пособие. – М. : КноРус, 2007. – 256 с.

5. Кусков А. С. Социально-экономическая и политическая география мира и России : учеб. пособие для вузов. – М. : КноРус, 2005. – 271 с.

***S. A. Grashin****

**Grashin Sergey, Senior Lecturer of*
*Volga Region State University of Service, Togliatti*
kaf_sks@tolgas.ru

**PERSPECTIVES OF SERVICE SPHERE DEVELOPMENT IN THE REGION**

*Key words: regional policy, territorial segmentation, peculiarities of service rendering, degree of service differentiation, planning process, modern programming.*

*The article considers peculiarities and uniqueness of regional service companies, service rendering, using progressive forms of labor division and cooperation, enhancement of working places, providing better working conditions and development of effective salary systems. The author has also studied ways of forming efficient infrastructure of the company and the issues of territoria programming process.*

*© Грашин С. А., 2011*

УДК 658
***Л. И. Ерохина****
**Ерохина Лидия Ивановна, доктор экономических наук, профессор*
*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*
rector@tolgas.ru
***А. В. Ковтуненко****
**Ковтуненко Анна Викторовна, ассистент*
*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*
kaf_eiu@tolgas.ru

# МЕТОДИКА ОЦЕНКИ СРЕДЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

*Ключевые слова: сфера услуг, стратегическая конкурентоспособность предприятия, методика оценки среды формирования стратегической конкурентоспособности.*

*Предложена методика оценки среды формирования стратегической конкурентоспособности предприятий сферы услуг, состав которой обусловлен необходимостью анализа различных конкурентных уровней, в которых предприятие осуществляет хозяйственную деятельность, для принятия эффективных стратегических управленческих решений.*

Современная экономика характеризуется усилением степени неопределенности и соответствующего ей риска. Усиление неопределенности экономических детерминант смещает акцент в управлении на тактическую конкурентоспособность предприятия, то есть в центре внимания оказывается краткосрочное планирование. С одной стороны, фокусирование на решении актуальных проблем предприятия в условиях нестабильной экономической ситуации является целесообразной стратегией. Однако четкое видение будущей конкурентной ситуации и собственного места предприятия в конкурентной борьбе позволяет сконцентрироваться на стратегических конкурентных преимуществах и эффективно сочетать тактические и стратегические управленческие решения, добиваясь эффекта синергии. В связи с этим важнейшее значение приобретает оценка долгосрочных последствий принимаемых в настоящее время управленческих решений. Именно поэтому формирование стратегической конкурентоспособности предприятий является одной из основных составляющих эффективной деятельности предприятий отрасли сервиса.

Стратегическая конкурентоспособность предприятий сферы услуг – это потенциал эффективности услуг, который позволяет услугодателю участвовать в конкурентной борьбе с целью максимизации дохода в долгосрочной перспективе с учетом меняющихся условий внешней и внутренней среды.

В характеристике данной категории находит отражение зависимость стратегической конкурентоспособности от различных уровней экономической деятельности. Профессор Б. А. Райзберг указывает, что «все виды конкурентоспособности образуют своего рода иерархию, в которой конкурентная возможность на уровне системы предопределяется конкурентоспособностью входящих в нее подсистем. В то же время каждый уровень обладает собственными возможностями воздействия на реальное и потенциальное повышение конкурентоспособности» [5, с. 349]. Таким образом, формирование и использование стратегической конкурентоспособности предприятия – это не обособленный процесс внутри самого предприятия, так как конкурентоспособность экономической системы любого уровня является частью конкурентоспособности экономической системы более высокого порядка.

Модель формирования стратегической конкурентоспособности предприятия сферы услуг представлена на рис. 1.

Таким образом, уровень стратегической конкурентоспособности отдельного хозяйствующего субъекта во многом зависит от состояния отрасли, в рамках которой функционирует предприятие, и региона, в котором оно располагается. В свою очередь, конкурентоспособность региона во многом определяется конкурентоспособностью экономики страны.

Индикаторами состояния среды формирования стратегической конкурентоспособности в данном случае являются стратегическая конкурентоспособность страны, региона и отрасли, которые должны быть приведены к одному показателю, для обеспечения релевантности оценки стратегических условий развития предприятия сферы услуг.

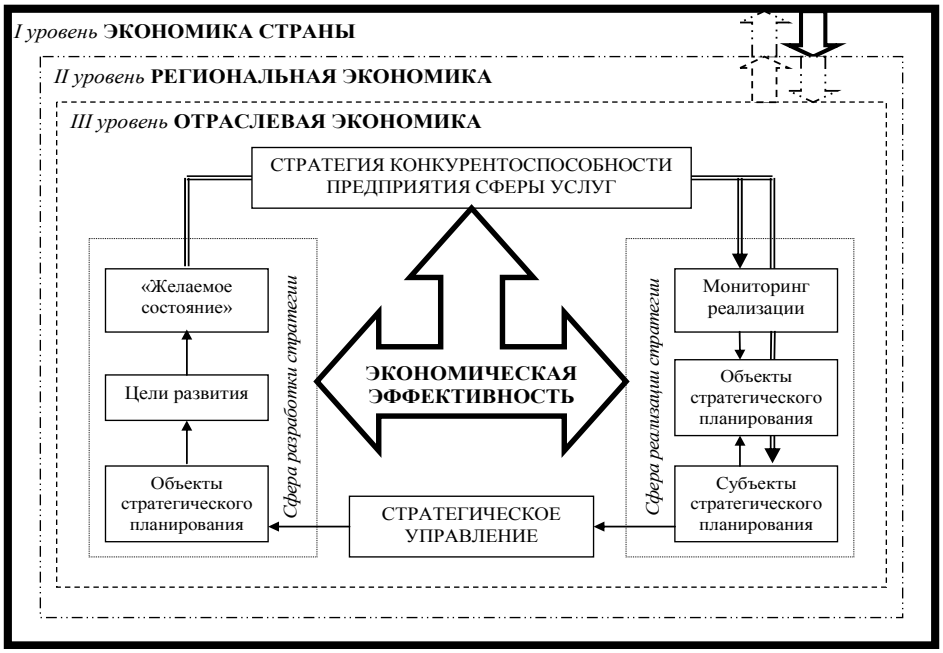



***Рис. 1.*** *Концептуальная модель формирования стратегической конкурентоспособности предприятий сферы услуг*

Представленная на рис. 1 модель помогает определить составляющие и экономическое содержание процесса формирования стратегической конкурентоспособности предприятия сферы услуг (рис. 2).

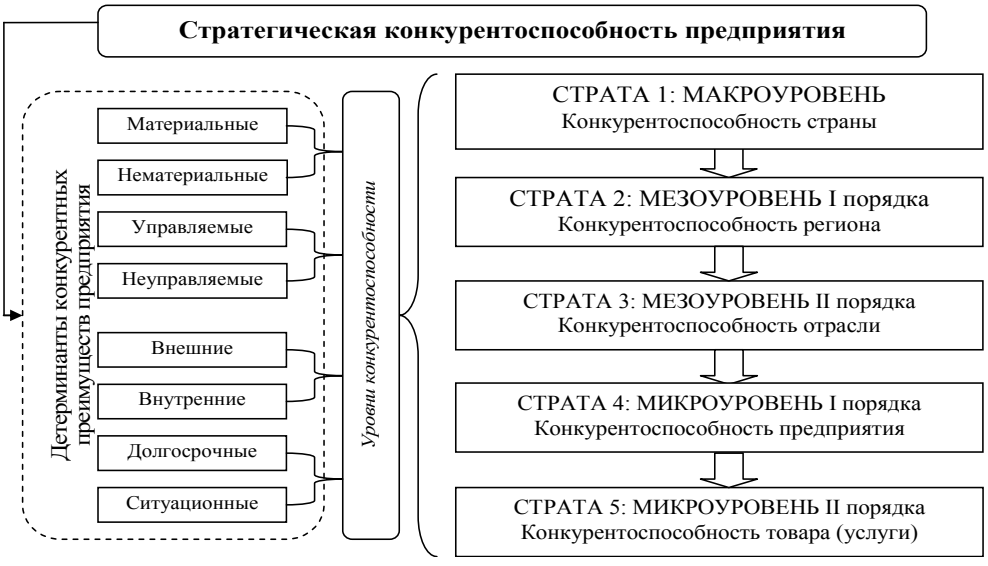



***Рис. 2.*** *Составляющие стратегической конкурентоспособности предприятия сферы услуг при формировании концепции оценки среды ее формирования*

Все уровни, входящие в состав среды формирования стратегической конкурентоспособности предприятия, взаимозависимы и строго иерархичны, причем это справедливо как для прямого, так и для обратного направления взаимодействия, то есть страте-

гическая конкурентоспособность предприятия зависит от среды формирования – она складывается по принципу «матрешки» из стратегической конкурентоспособности всех представленных страт: страны, региона, отрасли.

Согласно разработанной методике оценки диагностику среды формирования стратегической конкурентоспособности предприятия сферы услуг следует проводить в форме комплексного, поэтапного и поэлементного исследования, то есть необходимо выделить систему показателей, предоставляющих возможность получить объективную информацию о среде формирования стратегической конкурентоспособности предприятия. Оценка предусматривает использование совокупности коэффициентов, которые интегрируются в единый показатель. Основные методы интегрирования показателей – экспертный или рейтинговый. При этом упор делается на главные критерии, которые определяют способность предприятия сферы услуг в долгосрочной перспективе решать его основные задачи и достигать поставленных целей. В этом случае проблема сводится к детализации главных критериев, которые обеспечивают комплексную оценку.

Методическое обеспечение исследований строится на основе экономических, финансовых и математико-статистических методов и моделей, которые предусматривают возможность проведения динамического анализа среды в различные периоды жизненного цикла предприятия и обеспечивают наибольшую объективность оценки. Таким образом, методика оценки складывается из комплексных составляющих, которые в конечном итоге представляют собой основные направления и факторы развития стратегической конкурентоспособности предприятия сферы услуг.

Исходя из этого оценка среды формирования стратегической конкурентоспособности предприятия предполагает три направления:

1) оценка стратегической конкурентоспособности страны;

2) оценка стратегической конкурентоспособности региона;

3) оценка стратегической конкурентоспособности отрасли.

Зависимость между всеми уровнями выражается в следующем виде:

$$СФСК = f(СКС; СКР; СКО), \quad (1)$$

где *СФСК* – среда формирования стратегической конкурентоспособности;

*СКС* – стратегическая конкурентоспособность страны;

*СКР* – стратегическая конкурентоспособность региона;

*СКО* – стратегическая конкурентоспособность отрасли.

Следует отметить, что среда формирования оценивается не сама по себе, а только применительно к предприятию в стратегическом разрезе его деятельности, поскольку среда формирования является доминантой влияния.

Рассмотрим подробнее порядок проведения оценки для каждого элемента методики.

### *1. Оценка стратегической конкурентоспособности страны*

Первый этап оценки – это анализ стратегической конкурентоспособности страны, в которой предприятие планирует оказывать услуги. Данный анализ целесообразно строить на основе многофакторного подхода. При этом выделяется восемь функциональных сфер СКС, которые являются основой стратегических преимуществ страны. В рамках каждой функциональной сферы определяются критерии, являющиеся определяющими институциональными условиями для формирования спроса на услуги предприятия. Далее каждому критерию дается количественная оценка (табл. 1).

Поскольку цели исследования требуют расчета перспективного состояния конкурентоспособности страны, то вместо абсолютного числового значения критерия оценки используется индекс динамики критерия.

Особенностью многофакторного подхода определения стратегической конкурентоспособности страны выступает сумма множества средневзвешенных оценок по всем критериям и количества критериев:

$$Q = \sum \left( X_i \times P_i \right), \quad (2)$$

где $Q$ – суммарная взвешенная оценка стратегической конкурентоспособности страны; $X_i$ – индекс динамики $i$-го критерия для страны; $P_i$ – вес $i$-го критерия.

Следует отметить, что данная методика предполагает оценку стратегической конкурентоспособности страны не в мировом масштабе, а только применительно к целям развития конкретного предприятия сферы услуг, то есть сводный итоговый показатель характеризует стратегическую конкурентоспособность страны для данного предприятия.

*Таблица 1*

***Стратегическая конкурентоспособность страны (СКС)***

| Функциональные сферы СКС | Критерии оценки | Индекс динамики критерия, $X_i$ | Вес $i$-го критерия, $P_i$ | Сводная оценка $i$-го критерия, $X_i \times P_i$ |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Географические преимущества | | | | |
| 2. Исторические преимущества | | | | |
| 3. Политико-правовые преимущества | | | | |
| 4. Социальные преимущества | | | | |
| 5. Научно-технологические преимущества | | | | |
| 6. Финансовые преимущества | | | | |
| 7. Инфраструктурные преимущества | | | | |
| 8. Имиджевые преимущества (бренд страны) | | | | |
| Средневзвешенная итоговая оценка СКС | | | | |

Сводный показатель дополняется качественной информацией о тенденциях изменения тех или иных критериев, оказывающих непосредственное влияние на состояние и динамику стратегической конкурентоспособности страны.

*2. Оценка стратегической конкурентоспособности региона*

Следующим элементом оценки среды формирования стратегической конкурентоспособности предприятия является количественная оценка стратегической конкурентоспособности региона (СКР). На данном этапе оценка производится также в соответствии с целями деятельности предприятия, соответственно от данного обстоятельства зависит и конкретный выбор критериев оценки.

В общем виде СКР для предприятий сферы услуг формируется под воздействием таких факторов, как количество и качественный состав потребителей услуг; объем и эластичность спроса на услугу в регионе; численность и качественный состав потенциальных работников, их интеллектуальный потенциал, государственное регулирование и уровень налогов.

Целесообразно использовать следующий алгоритм оценки:

1. Стратегическая конкурентоспособность региона рассматривается как комплексная характеристика, состоящая из двух ключевых подсистем – стратегического конкурентного потенциала (СКп) и стратегического конкурентного риска (СКр), которые включают следующие интегрированные элементы (табл. 2).

*Таблица 2*

***Интегрированные элементы, выделяемые для оценки СКР***

| Интегрированные элементы | Стратегический конкурентный потенциал | Стратегический конкурентный риск |
|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| Ресурсы | | |
| Потребители | | |
| Инфраструктура | | |
| Институциональная среда | | |
| Финансы | | |
| Инновации | | |

2. Далее в рамках каждой подсистемы определяются существенные показатели по каждому интегрированному элементу. Каждый показатель оценивается в относительных единицах.

3. Для осуществления третьего и четвертого этапов оценки целесообразно воспользоваться математическим инструментарием, разработанным А. Балабановым [2]. Создаются две матрицы стандартизированных коэффициентов. Для учета весомости показателей и степени различий в их уровне по регионам, а также для расчета единого комплексного индикатора используется ме-

тод многомерного сравнительного анализа. Основанный на методе эвклидовых расстояний, он позволяет учитывать не только абсолютные величины показателей каждого региона, но и степень их близости (дальности) до показателя-эталона. В связи с этим координаты сравниваемых регионов выражаются в долях соответствующих координат эталона, взятого за единицу:

*ki* – оценка уровня развития по каждому показателю;

$k_i = \frac{x_i}{\max(x_i)}$ – прямой показатель;

$k_i = \frac{\min(x_i)}{x_i}$ – обратный показатель.

В результате создается матрица стандартизированных коэффициентов.

4. Производится расчет ранговой оценки, где все элементы матрицы стандартизированных коэффициентов *n*-го региона по *i*-му показателю потенциала и риска (*Xni*) возводятся в квадрат. Из полученной суммы извлекается квадратный корень, и получается рейтинговая оценка n-го региона:

$$CKn_i = \sqrt{X_{1i}^2 + X_{2i}^2 + ... + X_{ni}^2}\ . \qquad (3)$$

Аналогично проводится и оценка риска:

$$CKp_i = \sqrt{X_{1i}^2 + X_{2i}^2 + ... + X_{ni}^2}\ . \qquad (4)$$

5. Рассчитывается комплексная оценка стратегического конкурентного потенциала:

$$CK_{потенциал} = \sqrt{CK_{ресурсы}^{потенциал} \times CK_{потребители}^{потенциал} \times CK_{инф-ра}^{потенциал} \times CK_{институт.ср.}^{потенциал} \times CK_{финансы}^{потенциал} \times CK_{иннов}^{потенциал}} \qquad (5)$$

и риска региона:

$$CK_{риск} = \sqrt{CK_{ресурсы}^{риск} \times CK_{потребители}^{риск} \times CK_{инф-ра}^{риск} \times CK_{институт.ср.}^{риск} \times CK_{финансы}^{риск} \times CK_{иннов}^{риск}} \qquad (6)$$

В идеальном случае абсолютной конкурентоспособности стратегический конкурентный потенциал стремится к 1, а стратегический конкурентный риск – к 0.

6. Интегральная оценка стратегической конкурентоспособности региона может быть представлена в виде разницы между расчетными значениями стратегического конкурентного потенциала и риска:

$$CKP = CK_{потенциал} - CK_{риск} \qquad (7)$$

Если в результате расчетов получается положительное значение, то это означает, что анализируемый регион конкурентоспособен, если отрицательное, то неконкурентоспособен в данных условиях.

### *3. Оценка стратегической конкурентоспособности отрасли*

Следующий этап – оценка стратегической конкурентоспособности отрасли, который включает в себя два направления – отраслевой анализ (мезоуровень конкурентной среды) и конкурентный анализ (мезоуровень и микроуровень конкурентной среды) (табл. 3) [6]. Цель данного этапа оценки – рассчитать стратегическую конкурентоспособность отрасли и отдельных рынков внутри отрасли для оценки степени их влияния на стратегическую конкурентоспособность предприятия.

*Таблица 3*

***Оценка стратегической конкурентоспособности отрасли (СКО)***

| Отраслевой анализ | | Конкурентный анализ отрасли | |
|---|---|---|---|
| 1) общий обзор ситуации в отрасли: | - описание исторических аспектов развития отрасли;<br>- анализ жизненного цикла отрасли;<br>- организационно-структурная характеристика отрасли;<br>- оценка текущего состояния отрасли | 1) анализ конкурентной структуры отрасли: | - анализ угрозы появления новых конкурентов;<br>- анализ способности поставщиков торговаться;<br>- анализ способности покупателей торговаться;<br>- анализ угрозы появления услуг-заменителей |
| 2) определение движущих сил отрасли | | 2) оценка интенсивности конкуренции на рынке | |
| 3) выявление стратегических ключевых факторов успеха отрасли | | 3) построение конкурентной карты рынка | |
| 4) оценка привлекательности отраслевого рынка | | 4) стратегическая сегментация конкурентов | |

По результатам проведенного анализа делаются общие выводы о перспективности отрасли и стратегической конкурентоспособности предприятий данной отрасли, которые находят свое количественное обоснование на следующем этапе оценки.

Количественная оценка СКО может быть произведена с использованием ряда параметров, наиболее существенными из которых являются: численность и структура трудовых ресурсов, занятых в отрасли: объемы оказываемых услуг; рентабельность оказываемых услуг и деятельности отрасли в целом; наличие инноваций; финансовое состояние отрасли, эластичность спроса на услуги отрасли.

Интегральный показатель, оценивающий стратегическую конкурентоспособность отрасли (*СКО*), включает оценку таких факторов, как численность занятых в отрасли ($Ч_о$), общий объем реализованных услуг ($Оуслуг_0$), финансовое состояние отрасли ($ФС_о$), степень интенсивности конкуренции ($ИК_о$) и ее эффективность, определяемая как отношение прибыли к затратам ($Э_о$), спрос на услуги отрасли в регионе и стране, определяемый его эластичностью ($_{ЭСо}$):

$$СКО = \kappa_1 \times \frac{Ч_о}{\sum Ч} + \kappa_2 \times \frac{О_{услуг_о}}{\sum О_{услуг}} + \kappa_3 \times$$

$$\times ФС_о + \kappa_4 \times ИК_о + \kappa_5 \times Э_о + \kappa_6 \times ЭС_о , \quad (8)$$

где $\sum Ч$ – общая численность занятых в экономике; $\sum О_{услуг}$ – совокупный объем реализованных услуг в стране; $ИК_о$ – обобщающий показатель интенсивности конкуренции на отраслевом рынке; $\kappa_1 \ldots \kappa_6$ – весовые коэффициенты, определяющие значимость данного показателя в общей сумме показателей отрасли, в сумме составляющие единицу; $n$ – число показателей.

При этом анализ финансового состояния отрасли ($ФС_о$) определяется с использованием десяти расчетных показателей (коэффициентов), объединенных в пять групп: финансовой устойчивости, деловой активности, эффективности, динамики развития, платежеспособности.

Интегральную комплексную количественную оценку среды формирования стратегической конкурентоспособности предприятия предлагается рассчитывать по формуле средней геометрической:

$$СФСК = \sqrt[3]{СКС \times СКР \times СКО} . \quad (9)$$

Рассмотрев методику оценки среды формирования стратегической конкурентоспособности предприятий сферы услуг, в дальнейшем необходимо построить модель зависимости уровня стратегической конкурентоспособности от среды ее формирования.

Подводя итог, можно отметить, что стратегическая конкурентоспособность является системной величиной, поскольку элементы, составляющие ее сущность, при совместном функционировании проявляют новые качества, то есть демонстрируют синергетический эффект. Однако достижение подобного эффекта возможно только при условии целевого управленческого воздействия, вектор которого будет направлен на оптимальное сочетание и максимально эффективное использование всех достоинств стратегического конкурентного положения предприятия.

*Библиографический список*

1. Аньшин В. М. Инвестиционный анализ. – М. : Дело, 2002. – 280 с.

2. Барабанов А. Оценка конкурентоспособности региона // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 3. – С. 69–81.

3. Булгакова Л. И. Методы оценки инвестиционной привлекательности предприятий и регионов // Финансы и кредит. – 2007. – № 13 (151). – С. 69–74.

4. Голубков Е. П. Маркетинг для маркетологов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – № 3 (65). – С. 92–109.

5. Райзберг Б. А. Психологическая экономика : учеб. пособие. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 432 с.

6. Савельева Н. А. Управление конкурентоспособностью фирмы : учебник. – Ростов н/Д : Феникс, 2009. – 382 с.

***L. I. Yerokhina****
**Yerokhina Lidia, Doctor of Economic sciences,*
*Professor of Volga Region State University of Service, Togliatti*
rector@tolgas.ru
***A. V. Kovtunenko****
**Kovtunenko Anna, Assistant of*
*Volga Region State University of Service, Togliatti*
kaf_eiu@tolgas.ru

## ASSESSMENT METHODS OF FORMING STRATEGIC COMPETITIVENESS OF SERVICE INDUSTRIES

*Key words: service sphere, strategic competitiveness of the company, assessment methods of forming strategic competitiveness.*

*The author suggests certain assessment methods of forming strategic competitiveness of service industries. Given methodology is stipulated by the necessity to analyze different levels of competition, on which the company carries out its business activities, in order to take effective strategic management decisions.*

*© Ерохина Л. И., Ковтуненко А. В., 2011*

УДК 658.64
***О. Н. Колодина****
**Колодина Ольга Николаевна, аспирант*
*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*
oljzim-7@mail.ru

# РАЗРАБОТКА ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

*Ключевые слова: ресурсы, управление ресурсами, оценка и идентификация ресурсов, методы управления, программа развития.*

*Определено понятие ресурсов предприятия, представлена их таксономия по ряду признаков и предложена методика их выявления и оценки на основании устойчивых комбинаций ресурсов, формируемых на базе основных и вспомогательных процессов в логике создании ценности предприятия. Представлено несколько направлений регулирования параметров ресурсных потоков и трансформации посредством соответствующих методов.*

Преобразования в экономике, наблюдаемые в последнее десятилетие, потребовали кардинальных изменений во всех отраслях хозяйствования, в том числе и в сфере услуг. В современной экономике преимущественно используются интенсивные факторы развития, связанные с инновационными процессами в экономике, с новыми формами управления, направленностью процесса предоставления услуг на интересы клиентов, с рациональным использованием ресурсов. Стратегической целью предприятий сферы сервиса становится не только получение прибыли, но и повышение качества жизни населения, сохранность окружающей среды и т. д., так как достижение этих целей формирует имидж фирмы, общественное мнение о ее сервисных услугах, что ведет к повышению конкурентоспособности. Одним из подходов к управлению сферой услуг, исследуемых на современном этапе, является ресурсная концепция. Она предполагает наличие связи между ресурсами предприятия и ее успехами в конкурентной среде.

Современные подходы к управлению ресурсами в сфере услуг должны основываться на научном исследовании особенностей отдельных категорий ресурсов организации, разработки новых методов и инструментов управления ресурсами, которые предполагают сбор эмпирических фактов, их анализ, интерпретацию, выявление существенных тенденций и закономерностей, выработку прогнозов и рекомендаций.

Традиционно в экономике под ресурсами понимаются элементы, используемые для производства экономических благ. Анализ литературы по управлению позволяет расширить подходы к данной категории, понимая под ним актив или вход производственного процесса (материальный или нематериальный), которым организация владеет, который она контролирует или имеет доступ на относительно постоянной основе [3], но более полно функциональную значимость данной категории отражает, по нашему мнению, термин, используемый Дж. Барни, К. Кул, И. Дирикс и другими «для описания практически всего, что позволяет фирме порождать и реализовывать стратегии, способствующие повышению ее экономической и управленческой эффективности» [3]. Исходя из этого определения к ресурсам организации относятся не только ресурсы принадлежащие предприятию на правах владения и распоряжения, но и все ресурсы, в той или иной степени задействованные в процессе создания ценности в рамках деятельности предприятия.

При этом ресурсы предприятия должны обладать рядом характеристик, определяющих их значимость для предприятия в создании ценности и конкурентного преимущества, к которым принято относить ценность ресурса с точки зрения целей предприятия, долговечность, редкость ресурсов, невозможность/сложность их имитации конкурентными и невозможность замещения (и следовательно, увеличение ценности организации):

- Если ресурсы не имеет ценности для предприятия с точки зрения целей и сформулированной стратегии, нет причин сохранять их в ресурсном портфеле.

- Если ресурс недолговечен, то его долговечность надо либо повысить, либо связать с дополнительным специализированным ресурсом, который является долговечным.

- Если ресурс не является ограниченным, то увеличить ограниченность практически невозможно. И хотя уникальность ресурса приносит предприятию дополнительный доход, относительно редкий ресурс, разделенный между ограниченным числом конкурентов, также приносит каждой фирме определенную долю дополнительного дохода.

- Если ресурс подвержен имитации, ее можно усложнить при помощи целого ряда факторов, к ним относят: эффект кривой опыта и экономию от совмещения, периоды имитационной задержки, принципы сетевой экономики, увеличение затрат на смену поставщиков, формирование информационной асимметричности, искаженное восприятие, притупленную мотивацию, политические тупики, разобщенность действий и т. д. Данные методы могут применяться в рамках организации или же быть направлены на другие организации с целью поощрения инерции у конкурентов. Часть ресурсов не поддаются имитации из-за присущих им от природы характеристик, если владелец не имеет представления, как был создан этот ресурс, если невозможность имитации ресурса обусловлена исторически или существуют временные ограничения.

- Если ресурс можно заменить, то можно для усиления незамещаемости ресурса использовать способы, сходные с выше перечисленными. В этом случае особое внимание уделяется лояльности заинтересованных сторон как основного источника ресурсов организации.

На основании проведенного анализа нами была представлена таксономия ресурсов организации (табл. 1) и выделены следующие основные принципы ее проведения, представленные в работах И. Русс и С. Пайк, Л. Фернстрем, к критериям идентификации ресурсов на каждом уровне декомпозиции относятся следующие:

1. Ресурсы должны быть различными, определение должно быть ясным и отличным от определений всех других ресурсов на этом уровне.

2. Ресурс должен быть полным, не должно недоставать никаких значимых ресурсов на данном уровне декомпозиции классификации.

3. Ресурсы должны быть независимыми от других ресурсов, т. е. изменение одного ресурса не должно приводить к автоматическому и немедленному изменению других.

4. Классификация должна быть адекватна, т. е. детализация осуществляется до уровня, соответствующего целям исследования.

*Таблица 1*

***Классификация ресурсов организации***

| Признак | Значение признака | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Степень осознания | Неосознанные | | Четко формулируемые | | |
| Стадия жизненного цикла | Отработанные | Имитируемые конкурентами | | Ключевые ресурсы | |
| Уровень формирования | Простые | Комплементарные | | Стратегические | |
| Деятельностная сфера | Экономические | Нормативно-правовые | Организационные | Социокультурные | Комплексные |
| Экономическое поведение | Финансовые | Материальные | Организационные | Человеческие | Потребительские |
| Временной фактор последовательности задействования | Оперативные | | Тактические | | Стратегические |
| Направленность воздействия | Прямого воздействия | Вспомогательного воздействия | | Косвенного воздействия | |

В соответствии с ресурсным подходом в каждой организации существует свой набор ресурсов, который влияет на результат деятельности. Но не прослеживается причинно-следственная связь между отдельными ресурсами и результатом деятельности предприятия, поэтому необходим учет взаимосвязи отдельных категорий ресурсов

Основой для формирования ресурсов организации являются бизнес-процессы, осу-

ществляемые на предприятии. Поскольку реализация процессов связана с использованием различных групп ресурсов, это создает условия для формирования их определенных устойчивых комбинаций и трансформационных механизмов для конкретных бизнес-процессов предприятия. Сформированные таким образом элементы организационно-экономического обеспечения процесса предоставления услуг являются основой эффективного управления ресурсами организации. Концепция управления ресурсами, ориентированная на эффективное их использование и достижение целей в системе менеджмента современной организации, должна соединять конгруэнтно соизмеримые элементы цепочки, связывающие в каждом случае бизнес-процессы организации с обеспечивающими их комбинации ресурсов и структурой управления, выстроенной исходя из целей развития и функционирования организации.

Важным элементом управления ресурсами процесса предоставления экспертных услуг является стадия оценки и анализа результатов управления и обеспечение обратной связи.

Эффективность системы управления обеспечением процесса предоставления услуг, зависит от создания оптимальных и результативных средств описания системных параметров и характеристик организационно-экономического обеспечения в целом. Наряду с этим существующие технологии оценки и методики анализа сложных процессов или объектов часто носят формальный характер, который не учитывает особенностей измерения качества в условиях, когда затруднены количественные измерения значений параметров оценки.

К узким моментам системы оценки организационно-экономического обеспечения можно отнести:

- некорректное использование методов обработки результатов оценки значения параметров организационно-экономического обеспечения, что может привести к нарушению принципа соответствия уровней формализации оценки и модели процесса;

- соответствие строгости методов обработки оценки и строгости уровня описания объекта оценки, что снижает эффективность данной функции управления организационно-экономического обеспечения и результативность взаимодействия технологий оценки как сложных, многоуровневых процедур, объединяющих в единую систему все виды оценочных процедур в сфере предоставления экспертных услуг;

- отсутствие связи между измерениями и стратегией или тем, что действительно нуждается в оценке, что может привести к нарушению принципа соответствия цели и результата оценки и, как следствие, выработке неверной стратегии развития и функционирования предприятия;

- неправильное определение показателей эффективности работы и целей, что снижает эффективность данной функции управления и ставит под сомнения результативность технологий оценки и измерительной системы в частности.

Построение системы идентификации и оценки устойчивых комбинаций ресурсов предприятия можно представить в виде последовательности нескольких этапов.

1 этап. Измерение ценности предоставляемых услуг предприятия: этот этап начинается с определения заинтересованных сторон, анализ потребностей которых и позволит нам определить, в чем заключается ценность предоставляемых предприятием услуг по нескольким атрибутам. Оценка осуществляется посредством опроса заинтересованных сторон, чтобы понять, «какие факторы представлялись важными заинтересованным сторонам с точки зрения услуг, которые уже предоставляются организацией, и услуг, которая она могла бы предоставлять в будущем» [6]. Основным приоритетом эмпирической структуры исследования является полнота, поэтому первоначально нет ограничений по масштабу иерархической структуре атрибутов ценности. В дальнейшем структура требовала рационализации, которая осуществляется с охранением полноты охвата и различимостью значений критериев. Осмысленный результат может быть получен при помощи измерительной системы, состоящей из 30–60 критериев, хотя чисто математически не существует теоретических ограничений по размеру и сложности [6].

2 этап. Определение бизнес-процессов предприятия, где формируется ценность предоставляемых организацией услуг, при этом учитываются ключевые процессы предприятия, которые имеют наиболее высокий индекс важности, определяемый экспертным путем, на основе степени влияния данного

процесса на реализацию ценности предоставляемых организацией услуг.

3 этап. Идентификация ресурсов по основным и вспомогательным процессам в логике создания ценности, действующей на предприятии, и построение ресурсного дерева. Это структура, которая позволяет шаг за шагом осуществлять декомпозицию общих групп ресурсов на составляющие ресурсы до тех пор, пока не будет достигнут нужный уровень дробления. Для целей нашего исследования ресурсное дерево выстраивается до третьего уровня.

4 этап. Оценка выявленных ресурсов с точки зрения их пригодности стать основой конкурентных преимуществ, а также оценка количества и качества каждого ресурса.

5 этап. Определение степени использования ресурсов, включенных в процессы предприятия, т. е. определение весов ресурсов по их способности влиять на создание ценности в организации. Путем распределения 100% доли между категориями ресурсов второго уровня пропорционально их вкладу в создание ценности на каждом последующем уровне распределяются по 100 очков между непосредственными подкатегориями ресурсов каждой группы.

6 этап. Построение матрицы трансформации ресурсов на основе самого подробного уровня ресурсного дерева. Данная матрица не только отражает трансформацию ресурсов в процессе создания ценности, но и их значимость путем интегрального показателя для каждого вида ресурсов:

$$Ei = \sum Kij,$$

где $Ei$ – интегральное значение трансформации $i$ ресурса;

$Kij$ – взвешенный индекс значимости трансформации $i$ ресурса в $j$.

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

7 этап. Построение и анализ эффекторного графика, который позволяет определить, «какие ресурсы являются поглотителями ценности, а какие источниками ценности». Анализ эффекторного графика позволяет нам определить возможности для совершенствования ресурсного обеспечения процесса предоставления услуг, и на его основании выстраивается стратегия развития и функционирования предприятия.

Представленная методика оценки и анализа трансформации ресурсов, основанная на методе навигатор интеллектуального капитала, разработанном Й. Руусом, С. Пайком и Л. Фернстремом, позволяет и совершенствовать отдельные элементы системы управления ресурсами, и выстраивать стратегию развития и функционирования предприятия на основании отдельных этапов рассмотренной методики оценки трансформации ресурсов. В этом случае стратегия предприятия может быть представлена в виде функции с несколькими переменными, к которым относятся:

- цели функционирования и развития предприятия, которых они желают достичь, представленные показателями результативности их деятельности по различным аспектам – финансам, качеству услуг, взаимоотношениям с клиентами и партнерами и т. д.;
- текущее состояние поставленных целей через показатели результативности по соответствующим аспектам деятельности в текущий момент времени;
- совокупность устойчивых комбинаций ресурсов, формирующих ценность предоставляемых предприятием услуг;
- комбинация управленческих воздействий, обеспечивающих достижение предприятием поставленных стратегических целей;
- вектор развития, позволяющий осуществить выбор наиболее целесообразной траектории достижения стратегических целей.

Достижение стратегических целей и воплощение стратегии функционирования и развития предприятия определяется на всех уровнях управления и заключается в регулировании параметров ресурсных потоков и трансформации, развитии ресурсов и элементов системы управления посредством соответствующих методов.

Оптимизация элементов системы управления ресурсами включает совершенствование функций управления, в том числе оперативное и стратегическое планирование, мониторинг внешней и внутренней среды предприятия, которые обеспечивают необходимый объем, интенсивность, время и качество потоков ресурсов.

Улучшение конструкции системы обеспечивается совокупностью методов и инструментов для изменения отдельных элементов и связей между ними. Этот метод осуществляется через максимальную реализацию возможностей, предоставляемых уже имеющейся системой предоставления услуг. В этом контексте интерес вызывают работы

В. П. Бурдакова, являющегося разработчиком теории организмов или экоматерики, сформулированной на основании большого массива эмпирических исследований. Согласно его взглядам, любая система имеет пять ресурсообеспечивающих кластеров, распределение ресурсов между ними соответствует логарифмическому распределению при основании логарифма 5,5, что весьма близко к распределению, задаваемому рядом Фибоначчи. Идеальное распределение ресурсов, названое фрактально-кластерным соотношением, следующее: энергетика – 38%, транспорт – 27%, экология – 16%, технология – 13%, информатика – 6% от всей совокупности. В работах И. Дежкиной отмечено, что «гармоничное предприятие представляет собой систему, в которой отношения составляющих ее элементов отвечают принципу золотого сечения...» [2], но элементы рассмотренной системы и их удельный вес не соответствуют фрактально-кластерным соотношениями. Что определяет принципиальную возможность определения пропорций гармоничной системы с учетом отрасли деятельности предприятия и условий его развития.

Новые принципы использования системы представляют собой совокупность мер по реорганизации системы предоставления услуг или отдельных ее элементов. На основании новых принципов управления ресурсами, вытекающих из особенностей современного этапа развития экономики и общества:

- принцип сохранения через развития определяет приоритетность стратегических целей перед текущими целями;

- принцип выстраивания стратегической траектории подразумевает подход к формированию стратегии как к непрерывному процессу;

- принцип сбалансирования управления определяет необходимость согласования внутренних и внешних управленческих воздействий, направленных на рост активности деятельности предприятия и основанных на использовании имеющихся ресурсов;

- принцип непрерывности развития как единственно возможный способ поддержания конкурентоспособности в условиях изменчивой внешней среды;

- принцип интеллектуализации развития устанавливает приоритет нематериальных ресурсов, в частности человеческих и потребительских ресурсов, в поддержании конкурентоспособности экспертных организаций;

- принцип результативности ресурсов определяет необходимость оценки и формирования ресурсов с учетом результата их воздействия на создание ценности в рамках деятельности предприятия.

Программно-целевой метод определяется совокупностью мероприятий по целеполаганию разработки и обоснованию программ. В соответствии с теорией дуальной организации и управления социальными системами сложные объекты имеют два взаимодействующих начала управления: канал управления функционированием и канал управления развитием. Следовательно, программно-целевой метод основан на формировании целей функционирования и развития и разработке долгосрочных и краткосрочных планов. Это повышает адаптивные свойства системы предоставления услуг и соответствующий ему уровень организации и саморазвития, адекватные целям и состоянию внешней и внутренней среды.

Программы развития ресурсов, формируемые на основании анализа и оценки состояния ресурсов, и их трансформации. Для обоснования выбора способа развития ресурсов на предприятии был проведен сравнительный анализ основных способов развития ресурсов, по результатам которого сформулированы рекомендации о целесообразности применения того или иного способа. Первоначально выявляется потребность в развитии того или иного вида ресурсов, который осуществляется на основании проведенного анализа и оценки ресурсов посредством навигатора интеллектуального капитала. Во-вторых, проводится классификация способов развития ресурсов, позволяющая принимать решения относительно наиболее подходящих методов для устранения разрывов в уровне приоритетных ресурсов. Результаты оценки приведены в табл. 2, выбор метода развития ресурсов осуществляется путем оценки суммы баллов по всем критериям с учетом особенности приоритетных ресурсов (предпочтителен способ, набравший наибольшее количество баллов).

Использование на предприятии методик разработки программ развития ресурсов позволяет достичь требуемого уровня приоритетных ресурсов при снижении затрат, сокращении продолжительности программ и росте эффективности их осуществления.

*Таблица 2*

***Рекомендации по выбору способа развития ресурсов***

| Способ | Стоимость | Продолжительность | Результативность | Комплексность | Возможность имитации | ∑ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| слияние и поглощение | Высокая (1) | Долгосрочный (1) | Сопряжено с рядом сложностей (1) | Комплексный (3) | Невозможна (3) | 9 |
| Стратегические союзы и альянсы | Средняя (2) | Среднесрочный (2) | Эффективна (2) | Комплексный (3) | Доступна ограниченному числу (2) | 11 |
| Выращивание способностей и ресурсов | Средняя (2) | Долгосрочный (1) | Сопряжено с рядом сложностей (1) | Специализированный (2) | Затруднительна (2) | 8 |
| Последовательность производства | Низкая (3) | Среднесрочный (2) | Сопряжено с рядом сложностей (1) | Узкоспециализированный (1) | Возможно (1) | 8 |
| Управление процессом | Низкая (3) | Краткосрочный (3) | Эффективна (2) | Комплексный (3) | Возможно (1) | 12 |

Таким образом, идентификация и оценка комбинации ресурсов и их трансформации в соответствии с предложенной в данной работе методикой и разработка на этой основе стратегии функционирования и развития предприятия, ориентированной на материальные и нематериальные ресурсы, позволяет определить приоритетные направления развития ресурсов, реализация которых является источником получения дополнительной прибыли за счет увеличения доли рынка и повышения качества предоставляемых услуг.

*Библиографический список*

1. Гилева Т. А. Разработка инструментов управления нематериальными ресурсами предприятия с использованием компетентностного подхода // Вестник УГАТУ. Серия Экономика. – 2009. – Т. 12. – № 3 (32). – С. 57–65.

2. Дежкина И., Поташева Г. Эффективность управленческой деятельности и принцип «золотого сечения» // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 1. – С. 82–86.

3. Катькало В. С. Теория стратегического управления: этапы развития и основные парадигмы // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. – 2002. – № 32. –С. 20–42.

4. Пурлик В. М. Ценность как корпоративная цель и индикаторы ее измерения // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление. – 2006. – № 2. – С. 63–80.

5. Пурлик В. М. Цели фирмы сквозь призму современных теорий // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление. – 2009. – № 3. – С. 17–34.

6. Руус Й., Пайк С., Фернстрем Л. Интеллектуальный капитал: практика управления : пер. с англ. / под ред. В. К. Дерманова. – СПб. : Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. – 436 с.

***O. N. Kolodina****

**Kolodina Olga, graduate student of*
*Volga Region State University of Service, Togliatti*
oljzim-7@mail.ru

## DEVELOPING TOOLS FOR RESOURCE MANAGEMENT IN SERVICE SPHERE COMPANIES

*Key words: resources, resource management, assessment and identification of resources, management methods, development program.*

*The article considers the concept of enterprise resources, as well as their taxonomy, characterized by a number of features. Methodology of resource identification and assessment is based on stable combinations of resources, generated on the basis of primary and secondary processes of creating the company's value. In her research the author suggests certain directions of controlling resource flow parameters and transformation by means of appropriate methods.*

*© Колодина О. Н., 2011*

УДК 002.56
***Т. В. Савина****
**Савина Татьяна Владимировна, ассистент*
*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*
kaf_eio@tolgas.ru

# СПЕЦИФИКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ДЛЯ АНАЛИЗА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ САМАРСКОГО РЕГИОНА

*Ключевые слова: информационные услуги, информационные продукты, экономические модели, информационные модели, телекоммуникационные технологии, развитие телекоммуникационных технологий и услуг в Самарском регионе, приоритеты развития Самарского региона.*

*Дается характеристика применения экономико-математических моделей (и их типов) в процессе анализа и оценки развития регионального рынка информационных продуктов и услуг. Особое внимание уделяется экономическим моделям в контексте формирования информационного рынка.*

На современном этапе развития экономики все большее значение приобретают различные формы и методы анализа рынка, проведение исследований и построение будущих плана и прогноза деятельности предприятия. Научный подход к управлению предприятием является скорее не формальной необходимостью, а достаточно мощным и актуальным инструментом для принятия обоснованных решений и действий в отношении развития как отдельных предприятий, так и экономики в целом. На сегодняшний момент работа предприятий в условиях конкуренции подталкивает каждое из них к более осознанным действиям и желанию построить некий алгоритм действий, представлять планируемый эффект от вложений, а также запускать быстро окупаемые проекты. Для развития определенных отраслей экономики это шаг к более сбалансированным технологиям и принципам работы и уверенному улучшению качества работы. Причина для такого поведения довольно проста – желание быть лидерами рынка и получать коммерческий эффект. Широкое распространение рыночных механизмов и принципов конкуренции при наличии корыстных интересов всех участников рынка привела к гениально противоположному эффекту – при наличии желания заработать денег, достигнуть корыстных интересов каждый участник рынка невольно развивает его, давая толчок внедрению новых технологий, более осознанному и продуманному ведению бизнеса. При этом достигается решение глобальной социально-экономической задачи: обеспечение рынка разнообразными и качественными товарами, услугами и удовлетворение потребностей покупателей.

Рынок информационных продуктов и услуг в этом аспекте является наиболее наглядным и ярким примером: услуги подобного рода весьма специфичны и, как правило, основаны на применении высоких технологий. Однако на заре своего развития они были скорее ответом рынка на возможность заработать в условиях малой конкуренции или же просто предложить рынку нечто новое. Отсюда большое количество организаций в сфере телекоммуникаций, консалтинговых компаний, дополнительного образования и т. д. Такие компании действительно так или иначе удовлетворяли потребности рынка на том этапе, предоставляя так необходимые новые услуги, и сами компании действительно быстро зарабатывали капиталы, формировали новую структуру рынка региона. Однако именно в сфере информационных услуг быстрее и ярче всего проявились более жесткие требования к качеству услуг и специфике их оказания. Так, в сфере телекоммуникаций сегодня существует довольно малое количество фирм-конкурентов, которые способны выдержать требования по технической оснащенности компании для работы в этой сфере, а главное – предложить рынку необходимый уровень качества и современного подхода к клиенту. Чем более продуманной и комфортной по процессу окажется информационная услуга, тем больше у нее шансов быть принятой рынком и выдержать конкурен-

цию. Ранее при рассмотрении рынка тех же услуг телекоммуникации отмечалось, что конкуренция на этом рынке идет прежде всего на условиях качества работы с клиентами и правил ведения бизнеса: каждая услуга должна быть ориентирована на клиента, быть легкодоступной, гибкой и понятно поданной на рынок. Таким образом, сектор информационных услуг Самарского региона развивается, с одной стороны, в условиях гораздо более высоких требований технологической и технической платформы, а с другой стороны – в условиях особых требований со стороны клиентов, поскольку именно информационные услуги должны по определению нести удобство и гибкость. На рынке информационных продуктов и услуг того же Самарского региона на данный момент не так много игроков, способных на работу в таком режиме, однако те участники, которые активно продолжают свою деятельность, являются принципиальными конкурентами и организуют свою деятельность согласно большинству современных принципов планирования, организации и продвижения современного бизнеса. Это касается не только маркетинговой стороны вопроса и плотной работы с клиентами, прежде всего такую работу на рынке информационных продуктов и услуг необходимо начинать с экономического анализа ситуации, выбора стратегии, а значит, с использования методов моделирования, построения прогнозов.

Применяя массу технологий по управлению бизнесом, такие компании, как правило, проходят весь цикл методов организации современной работы на рынке: от планирования, расчета тенденций, прогнозов до управления проектами и системы поддержки клиентов. При этом такие методы, как правило, являются основанными на автоматизации и анализе бизнес-процессов организации.

Методы экономико-математического моделирования применяются как в части построения моделей для анализа существующей ситуации, так и для прогноза. Важно понимать, что модели также помогают рассматривать ситуацию в динамике и даже использовать имитационные технологии. В части информационных продуктов и услуг довольно логично применение информационных подходов к анализу ситуации с целью получения концепции развития рынка в целом.

Сложность экономики иногда рассматривалась как обоснование невозможности ее моделирования, изучения средствами математики. Но такая точка зрения в принципе не верна. Моделировать можно объект любой природы и любой сложности. И как раз сложные объекты представляют наибольший интерес для моделирования, именно здесь моделирование может дать результаты, которые нельзя получить другими способами исследования.

В развитии экономики неопределенность вызывается тем, что ход планируемых и управляемых процессов, а также внешние воздействия на эти процессы не могут быть точно предсказаны из-за действия случайных факторов и ограниченности человеческого познания в каждый момент. Особенно характерно это для прогнозирования научно-технического прогресса, потребностей общества, экономического поведения. Неполнота и неточность информации об объективных процессах и экономическом поведении усиливают истинную неопределенность.

В соответствии с общей классификацией математических моделей они подразделяются на функциональные и структурные, а также включают промежуточные формы (структурно-функциональные). В исследованиях на макроэкономическом уровне чаще применяются структурные модели, поскольку в планировании и управлении большое значение имеют взаимосвязи подсистем. Типичными структурными моделями являются модели межотраслевых связей. Функциональные модели широко применяются в экономическом регулировании, когда на поведение объекта («выход») воздействуют путем изменения «входа». Примером может служить модель поведения потребителей в условиях рыночных отношений. Один и тот же объект может описываться одновременно и структурной, и функциональной моделью.

Системный подход к анализу деятельности предприятия предполагает построение комплекса моделей (организационных, функциональных, информационных и др.), отражающих различные аспекты его функционирования. При этом особенно важным является использование современных информационных технологий и инструментальных средств, позволяющих осуществлять процесс моделирования производственных систем в автоматизированном режиме и обес-

печивающих поддержку принятия рациональных управленческих решений.

Одним из наиболее перспективных направлений при структурном и функциональном моделировании производственных систем является использование CASE-технологий и соответствующих инструментальных средств. В большинстве современных CASE-систем применяются методологии структурного анализа и проектирования, основанные на диаграммных техниках.

Процесс моделирования начинается с определения контекста, т. е. наиболее абстрактного уровня описания системы. Контекстная диаграмма является вершиной древовидной структуры функциональных диаграмм. При этом система моделируется как единое целое – в виде функционального блока с интерфейсными дугами.

Дальнейшее формирование функциональной модели основано на построении иерархии диаграмм посредством декомпозиции, в процессе которой производственная система разбивается на отдельные подсистемы до необходимой степени детализации. Формирование модели осуществляется от общего к частному: сначала описывается общая схема, затем последовательно рассматриваются конкретные подпроцессы или подсистемы.

Таким образом, построение модели с использованием CASE-средств обеспечивает целостность и полноту описания структуры и функций любых процессов, логики взаимодействия процессов и соответствующих им материальных и информационных потоков. Однако для комплексного анализа динамики процесса и определения его характеристик данной модели недостаточно. В этой связи необходимо использовать аппарат имитационного моделирования с целью проведения динамического многовариантного анализа и оптимизации бизнес-процессов. Имитационное моделирование системы позволяет получить ее алгоритмическое описание посредством моделирующих алгоритмов, в соответствии с которыми вырабатывается информация, описывающая элементарные явления исследуемого процесса с учетом их связей и взаимных влияний. Получаемая таким образом информация о состояниях процесса используется для определения результирующих характеристик системы.

Имитационное моделирование включает следующие основные этапы:

- построение имитационной модели производственной системы с использованием соответствующих инструментальных средств;
- организация имитационных экспериментов с моделью при различных значениях управляемых параметров;
- анализ полученных показателей эффективности системы;
- обработка результатов моделирования и оценка альтернативных сценариев производственного процесса.

Функциональные же модели более четко дают понятие бизнес-процесса, возможности его анализа, декомпозиции и оптимизации. При построении сложных функциональных моделей мы имеем возможность строить более логичные организационные структуры, формировать проекты, анализировать процессы оказания услуг, говорить об анализе формирования регионального рынка. На сегодняшний момент рынок Самарского региона в части информационных услуг развивается как никогда динамично, и часть причин для этого указана в настоящей статье. Рынок не только активно потребляет такие услуги и продукты, но и, требуя определенный уровень их качества, подталкивает к еще более высоким темпам роста и развития.

На уровне государственной и региональной политики ведется деятельность по формированию правил и концепций становления рынка информационных услуг, информатизации общества, поэтому общий процесс развития экономики как раз и зависит от правильной организации этого рынка и принципов его работы.

Для рынка Самарского региона в целом использование методов моделирования позволяет не просто построить модели прогноза развития, формирования, выявления тенденций, но и в целом оценить структуру рынка, проблемы его развития. Имитационное моделирование в этом плане помогает рассматривать процессы формирования регионального рынка информационных продуктов и услуг в динамике и говорить в целом о тенденциях общего рынка.

Рынок информационных услуг Самарского региона является наиболее быстро растущим и требующим как никогда большого внимания и особенно качественного подхода. Именно поэтому важно использование аналитических методов для дальней-

шего воздействия на его развитие, способствования выработке определенных стратегий и интенсификации в деятельности отдельных его сегментов. Информационные услуги, опираясь на все выше сказанное, являются не только самыми высокотехнологичными и требуют особого качества процесса их оказания, но и самыми «комфортообразующими», приносящими эффект свободы, гибкости в потреблении продуктов и услуг рынка в целом для потребителя. Такие услуги являются первоочередными для развития экономики в целом, так как на их основе развиваются и другие услуги.

*Библиографический список*

1. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (принят Государственной Думой РФ 08.07.2006).

2. Белецкая С. Ю. Формирование комплексной модели производственной системы на основе интеграции case-технологий и имитационных процедур. – Сайт Международной академии науки и практики организации производства. – 2011. – [Электронный ресурс]. – URL: http://www.maop.vorstu.ru/Beleckaya.html

***T. V. Savina****

**Savina Tatyana, Assistant of*
*Volga Region State University of Service, Togliatti*
kaf_eio@tolgas.ru

## SPECIFIC ECONOMIC MODELING FOR THE ANALYSIS OF FUNCTIONING AND DEVELOPMENT OF INFORMATION SERVICE MARKET IN SAMARA REGION

*Key words: information services, information products, economic models, information models, telecommunication technologies, development of telecommunication technologies and services in Samara region, development priorities of Samara region.*

*The author describes the application of economic and mathematical models (and their types) in analyzing and assessing the development of regional market of information products and services. Particular attention is paid to economic models in the context of forming the Information Market.*

*© Савина Т. В., 2011*

УДК 658.286.2:338.47
***Д. В. Тимофеев****
**Тимофеев Дмитрий Владимирович, директор ООО «Подъем-Сервис», г. Самара*
timofeev.63@mail.ru

# УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ПОСЛЕПРОДАЖНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

*Ключевые слова: услуга, послепродажное обслуживание, расширенная гарантия, аутсорсинг, управленческие решения.*

*Рассмотрены особенности управления процессом предоставления услуги по послепродажному обслуживанию погрузочно-разгрузочной техники.*

*Постановка проблемы*

Современная экономика Самарской области отражает ее удобное географическое положение, наличие развитой транспортной и производственной инфраструктуры. После того, как экономика Самарской области перестала быть экономикой ВПК, когда существенно сократились объемы производства в таких капиталоемких отраслях техники, как космическое и авиационное военное производство, Самарская область по-прежнему остается в числе регионов-лидеров по объему производства многих видов промышленной продукции. Так, в машиностроении, представленном почти полным набором основных отраслей, ведущая роль принадлежит автомобильной промышленности. По показателю оборотов розничной торговли Самарская область находится в числе лидеров Поволжского федерального округа.

Активная оптово-розничная торговля и действующее производство сопровождает соответствующий грузооборот товаров в виде тарно-штучных грузов, упакованных в паллеты (поддоны). Применение погрузчиков в сочетании с поддонами резко повышает производительность складских операций. Эта технология начала широко использоваться в США и странах Европы в 1950-х годах [4]. Активное развитие логистических процессов с применением поддонов (паллет) началось с переходом России к рыночной экономике. Это привело к возрастанию потребности в погрузочно-разгрузочных средствах, приспособленных для обработки паллетированных грузов, – погрузчиках. Основной проблемой в обработке паллетированных грузов не только в Самарской области, но и в других регионах стало наличие сильно изношенного парка болгарских погрузчиков. Тогда, как и теперь, в России производство собственных погрузчиков было ничтожно слабым. В планы российского машиностроения создание собственных конкурентоспособных образцов погрузочно-разгрузочной техники не входило, также не проводилось государственного финансирования НИОКР по погрузчикам. На Дальнем Востоке проблема решалась путем поставки из Японии вместе с подержанными автомобилями погрузчиков, бывших в употреблении. В связи с появлением спроса в конце 90-х годов XX века на российский рынок вышли все ведущие мировые производители погрузчиков и складской техники сначала с подержанными, затем с полным спектром новой складской техники.

Поступление в Россию новой импортной техники, которая потребовала для своей безотказной работы квалифицированного сервиса и запасных частей, определило вектор развития предприятий, торгующих погрузчиками. Реализуя погрузчики частным и корпоративным клиентам, дилеры насыщали отрасль грузоподъемной техникой и, копируя западные успешные модели дилерского обслуживания клиентов, фирмы концентрировали «в одних руках» три направления работы: торговля новой техникой, продажа запчастей, предоставление сервиса [2].

*Условия и факторы предоставления услуг послепродажного сервиса*

Спрос на услуги по ремонту спецтехники вторичен – он зависит от товарооборота в регионе, от объема обработки паллетированных грузов. Товаропроводящая система, в которой происходит транспортировка паллетированных грузов, не может функционировать без грузоподъемной техники. Масса поддонов с грузом, высота стеллажей для складирования не предполагают ручную обработку. Чем выше товарооборот, тем выше интенсивность использования специальной

погрузочно-разгрузочной техники и, соответственно, тем выше потребность в наличии самой техники и в ее техническом обслуживании. То есть сформулировать первое условие предоставления сервисных услуг математическим языком в общем виде можно таким образом:

*Услуги сервиса = f(товарооборот в регионе).*

Владельцем погрузчика, как правило, является корпоративный клиент, он же и является потребителем сервисных услуг по обслуживанию и ремонту погрузчиков. Основываясь на том, что только работающий погрузчик приносит прибыль, можно сформулировать основное назначение сервисной услуги – поддержание ресурса погрузчика, а именно его способности в течение всего срока службы, назначенного заводом-изготовителем, перевозить поддоны с заданной скоростью по стабильной цене перевозки. Потребитель воспринимает как ценность не только способность перевозить свой товар на погрузчике, но и минимизацию расходов, которые он понесет после того, как купил погрузчик у конкретного продавца. В России в целом и в Самарском регионе в частности рынок послепродажного сервиса повторяет западные модели, в которых «именно успех на рынке сервиса и запасных частей определяет успех на рынке техники» [2]. Таким образом, взаимосвязь рынка сервисных услуг и запасных частей, и рынка продажи новых погрузчиков является вторым существенным условием предоставления сервисных услуг. Другими словами, это концентрация в «одних руках» (в рамках одной фирмы) трех направлений: торговля новой техникой, продажа запчастей, предоставление сервиса.

Третьим условием предоставления услуг сервиса является рассмотрение организации потребителя и фирмы, предоставляющей услуги, в качестве единой экономической системы, все элементы которой зависят друг от друга. Самым важным экономическим признаком подобной системы является то, что все ее элементы находятся на одном уровне, имеют примерно равную норму прибыли. В данной экономической системе не может быть элементов, получающих сверхприбыль, и наоборот, не может быть элементов, являющихся донором прибыли для других. Данная экономическая система была бы наиболее полноценной, если бы в нее, кроме потребителя и дилера, входили еще производители техники. Однако здесь наблюдается несовпадение долгосрочных целей зарубежных производителей и дилеров. Рассматривая российский рынок как временное явление, а российскую экономику рискованной для инвестиций, искушенные западные и среднеазиатские производители стремятся не упустить текущий момент, извлечь максимум прибыли из возможной ситуации. Для реализации продаж применяется схема, в которой дилеры являются самостоятельными юридическими фирмами в России, инвестирования в развитие дилерской сети в большинстве своем не происходит. Кроме того, чтобы оказывать экономическое давление на дилеров, нередко на один и тот же региональный рынок выводится два или три дилера с одним и тем же образцом погрузчика. При этом разговоры о развитии дилера, обучении его персонала отходят на второй план.

На процесс послепродажного обслуживания погрузочно-разгрузочной техники влияют следующие факторы. С одной стороны, всеобщая тенденция по сокращению затрат привела к сокращению числа обслуживающего персонала во всех без исключения предприятиях, в том числе и в организациях, осуществляющих транспортировку и обработку паллетированных грузов. На сегодняшний день штатная единица «слесарь по ремонту погрузчиков» осталась «по наследству» лишь на крупных производственных предприятиях, спроектированных по «доперестроечным» нормам, рассчитанным для применения болгарских и отечественных погрузчиков, имевших непродолжительный (до 6000 моточасов) ресурс, малый межсервисный интервал (50–150 моточасов) и требующих специального помещения с оборудованием (смотровые канавы и грузоподъемные устройства) и многочисленного персонала для производства техобслуживания и ремонта. Сегодня при складских операциях практически на всех предприятиях применяется импортная погрузочно-разгрузочная техника, начиная от гидравлических тележек типа «рокла» до высокотехнологичных электроштабелеров-ричтраков, обрабатывающих склады с высотой стеллажного хранения 10–11 метров. Новая импортная техника отказывает значительно реже, ресурс некоторых японских образцов составляет 25–30 тыс. моточасов, межсервисные интер-

валы увеличены до 500–1000 моточасов, и содержать в ожидании ремонта дорогостоящих специалистов в дежурном режиме сегодня невыгодно [2]. Также при небольшом количестве погрузчиков не оправданно дорогим является содержание постоянного оборудованного помещения для ремонта погрузчиков.

С другой стороны, импортный погрузчик – это сложная техника, не рассчитанная на личное потребление. При его проектировании не используется принцип «супермаркета с самообслуживанием», сегодня заводы-изготовители комплектуют погрузчики единственным шоферским инструментом – колесным ключом. Плановое техобслуживание и ремонт невозможно самостоятельно выполнить неподготовленному специалисту (водителю) без технологии, без диагностического оборудования. Его должны выполнять специалисты.

Специфика работы погрузочно-разгрузочного складского оборудования состоит в том, что географически склады расположены весьма хаотично и образцы техники (погрузчики, штабелеры) либо совсем не приспособлены к самостоятельной поездке в сервисный центр по дорогам общего пользования из-за своих габаритов и конструктивных особенностей, либо это обходится неоправданно дорого. Особенно отчетливо это проявляется, когда речь идет не о плановом периодическом обслуживании, а об устранении отказа в случаях, когда техника не может перемещаться самостоятельно. Для предоставления ремонтных услуг в этом случае необходим выезд бригады специалистов на место эксплуатации погрузчика. Если объем и сложность ремонта не позволяют выполнить его на месте эксплуатации, то единственный выход в этом случае – эвакуация неисправного погрузчика или агрегата в сервисный центр. Принимать во внимание работу местных локальных специалистов, находящихся на торговой базе, не приходится из-за малого количества свободных грамотных специалистов, а также из-за отсутствия у них запасных частей и технологии.

До 1990-х годов распределительная система поставки техники и запасных частей заставляла потребителей содержать не только свою ремонтную службу, но и собственный склад запасных частей, то в настоящее время потребитель рассчитывает, что проблему техобслуживания и обеспечения запасными частями возьмет на себя поставщик техники. Ремонт погрузчиков с применением восстановления запасных частей (наплавка, напыление) не применяется в современных условиях в силу своей сложности и неэффективности – восстановленные детали не служат столько, сколько новые. Поэтому основной принцип устранения отказов – это не ремонт запасных частей, а их замена. Это требует наличия деталей на складе сервисной организации либо организации их быстрой доставки. В России из-за административных особенностей не удается реализовать европейскую схему, в которой запасные части доставляются в течение 24-х часов в любую точку Европы [2]. Дилерам приходится создавать необходимые запасы, замораживая денежные средства, либо предоставлять потребителю подменную машину на время ремонта.

В России до ее перехода к рыночной экономике ремонт оборудования выездным методом глубоко изучен теоретически, а также накоплен многолетний опыт в этой области – это полевое обслуживание сельхозмашин в АПК, дорожно-строительной техники на удаленных объектах, в горных карьерах и на нефтепроводах, военной техники, эксплуатирующейся в удалении от оснащенных центров, ремонтных цехов и мастерских. Все эти виды сервиса объединяет то, что владельцем техники является либо государство, либо крупный субъект хозяйствования, имеющий в своем арсенале не только опыт и культуру технического обслуживания, но достаточное количество ресурсов для организации техобслуживания и обеспечения работоспособности техники. Современный потребитель в условиях жесткой конкуренции трепетно относится к любым видам затрат, особенно во вспомогательных бизнес-процессах. И известные опыт и услуги оказались недостаточными для обеспечения сервисного сопровождения импортной складской техники. «Исторически полное отсутствие дилерского сервиса … осложняет его организацию – все надо начинать с нуля» [2].

Качество услуги по послепродажному сервису погрузчиков зависит от наличия оборудованного сервисного центра, но большей частью фирмы, ремонтирующие складское оборудование, расположены на арендованных площадях и не имеют возможности совершенствовать помещение в соответствии с требованиями рынка.

Особенно следует остановить внимание на всеобщем дефиците кадров ремонтников, который вызван демографической ситуацией в России и свертыванием системы профтехобразования. На фоне отсутствия единой отраслевой системы менеджмента качества и профессиональных стандартов для оказываемых услуг при ремонте погрузчиков низкая квалификация ремонтников (в целом по всем фирмам Самары) довольно часто приводит к порче импортного оборудования и возникновению рекламаций со стороны потребителей. Производители техники, как уже говорилось, не имеют своей целью развитие дилерской сети и предлагают сотрудничество развитым, сильным сервисным фирмам. Те из производителей, кто пришел на рынок позднее, либо вообще не имеют дилерского сервиса, либо довольствуются тем, что осталось – слабыми, низкоквалифицированными специалистами.

Конкуренцию сопровождает тотальная экономии на всем, а в условиях отсутствия строгого экологического контроля нередки случаи нарушения природоохранного законодательства в части охраны окружающей среды. Особенно часто это происходит при утилизации отработанного масла, аккумуляторов, шин и других отходов сервисного производства. Зачастую способ утилизации определяется уровнем сознательности руководителей фирм.

Вышеизложенное обоснование позволяет сформулировать следующие факторы, влияющие на конкурентоспособность послепродажного сервиса:

- качество оказываемой услуги;
- ценовая доступность сервисной услуги для потребителя;
- географическая доступность – расположение сервисной базы на расстоянии не более 250–300 км от места эксплуатации техники;
- квалификационные способности организации;
- наличие оборудованного сервисного центра;
- укомплектованность сервисной организации специалистами;
- соответствие уровней развития организации и заказчика;
- надлежащий уровень инвестиций в оборудование и обучение персонала;
- специфические потребности клиента;
- способность предоставить подменную машину на время ремонта;
- доставка (эвакуация) неисправного оборудования в сервисный центр;
- наличие экологического паспорта у организации.

1. Описание проблемы.

Все конкурирующие между собой фирмы-поставщики погрузчиков в Самарском регионе являются не производителями погрузчиков, а дилерами. Как продавцы новой техники в той или иной степени дилеры заинтересованы если не в качестве поставляемой техники, то в положительных отзывах о ее работе. От этого зависит степень востребованности предлагаемых услуг и, в конечном итоге, прибыль коммерческого предприятия.

На безотказную работу оборудования, как известно, влияют три составляющие: конструкция машины, качество изготовления и грамотность эксплуатации. Особенности конструкции и технология изготовления в нашем случае не являются предметом исследования. Рассмотрим третью составляющую – эксплуатацию техники, которая складывается непосредственно из управления (зависит от квалификации оператора) и технического обслуживания.

Появление на рынке России импортных образцов техники, которые в 3–5 раз превышают по надежности и ресурсу привычные болгарские и отечественные (екатеринбургского производства) погрузчики, упростило организацию эксплуатации погрузочно-разгрузочной техники – в импортный погрузчик достаточно только заливать топливо и, соблюдая нормативные интервалы, проводить профилактические операции по инструкции.

Вместе с тем в начале 2000-х годов изменился состав руководителей и исполнителей, работающих на складах. Если в 1990-х годах основной контингент складских работников составляли инженерно-технические работники (выходцы из оборонных предприятий, активно сокращавших в то время свою численность), то в 2000-х годах транспортировкой грузов все больше стали заниматься выпускники менеджерских факультетов, логисты. Это, в свою очередь, привело к тому, что к процессу регулярного техобслуживания в целом, особенно в торговых организациях, стали относиться более легкомысленно, а зачастую вообще перестали

обслуживать погрузчики и эксплуатировать их до тех пор, «пока он совсем не встанет». Одной из причин, породившей эту проблему, является противоречие между необходимостью экономить и техническим невежеством, непонимание, что сиюминутная выгода от экономии на техобслуживании приводит к тому, что стоимость перевозки одной паллеты на протяжении всего срока службы возрастает.

Второй причиной названной проблемы, когда владелец не вкладывает средства в обслуживание, можно назвать стереотип поведения, сформировавшийся при эксплуатации автомобилей отечественного производства в 1980–90-е годы. Тогда считалось модным после первых двух лет эксплуатации обязательно продавать машину, так как она еще не сильно упала в цене на вторичном рынке, а вся сумма затрат, связанных с последующим ремонтом сцепления, КПП, ходовой части, «достанется» второму владельцу.

Третьей причиной отсутствия регулярного техобслуживания можно назвать социально-этическую, когда за эксплуатацией техники следит не ее владелец, а наемный работник определенной категории, проповедующий агрессивно-протестное отношение к «хозяйскому добру».

Бывает также, что владелец техники в стремлении сэкономить время поручает водителю «следить за погрузчиком». В первый раз техобслуживание проводится тщательно, затем операция упрощается. При этом в течение первого года, даже если водитель ничего не делает, кроме смены моторного масла, погрузчик исправно трудится. Возникает иллюзия, что плановое техобслуживание – это дорогая роскошь, блажь. И уже осознанно полностью игнорируются требования заводской инструкции по эксплуатации. Но в течение второго года эксплуатации в неотрегулированных деталях происходят необратимые изменения. Элементы подъемной мачты, управляемого моста, не смазанные вовремя, изнашиваются катастрофически и требуют уже не регулировки, а замены.

В таких условиях дилеры, продающие погрузчики, остро чувствуют на себе ответственность за исправную работу проданного погрузчика или штабелера. И, понимая важность задачи, берут на себя миссию по воспитанию новой культуры обращения с высокотехнологичной техникой. При этом интеграция, возникающая между фирмами, не позволяет дилерам разделить погрузчики на «свои» и «поставленные конкурентами». Дилер овладевает ремонтом и обслуживанием всей номенклатуры техники, представленной у потребителя.

*Решения*

Решение указанных проблем сводится к устранению противоречий, их породивших. Рассмотрим последовательно алгоритм организационно-управленческих мероприятий, направленных на устранение некоторых противоречий, выявленных при анализе условий и факторов существования сервисного бизнеса.

Противоречие 1. Между необходимостью проведения профилактических операций по обслуживанию техники и географической удаленностью места эксплуатации от сервисного центра.

Рекомендации завода-изготовителя, как правило, носят усредненный характер и приспособлены к нормальным условиям эксплуатации, о чем подробно предупреждается в руководстве по эксплуатации техники. Владельцы техники зачастую надеются на сверхнадежность импортной техники и начинают расценивать обязательные графики техобслуживания (интервал межсервисного обслуживания и его объем) как рекомендации, как действия, не обязательные к выполнению.

При выяснении причин подобного упрощения рекомендаций завода-изготовителя было определено, в частности, что данное превращение обязательных операций в рекомендуемые порождено сложностями в организации планового техобслуживания, так как современная техника не комплектуется ЗИП (запасом инструмента и принадлежностей) и кроме водителя, некому «заниматься погрузчиком». То есть если фирма-поставщик сможет взять на себя за приемлемую цену подобные хлопоты, то уже никто не спорит о том, нужно ли менять масло в моторе через определенный период или нет. Владелец дорогого импортного погрузчика, по аналогии с личным автомобилем-иномаркой, морально готов к тщательному соблюдению инструкций по обслуживанию.

Для организации услуги по техобслуживанию машин по месту их эксплуатации дилер (поставщик техники) организует в своем предприятии структуру выездного сервиса – бригады специалистов, работающих на ос-

нащенном автомобиле с запасными частями и расходными материалами.

В качестве примера работы с клиентом можно привести пример в пользовании IT-продуктов – прогресс идет в направлении упрощения (в идеале весь процесс пользования сводится к одному нажатию кнопки ENTER, то есть одним кликом). Это формирует ожидание потребителей, что и пользование любой техникой должно сводиться к «одному клику». Для того чтобы соответствовать подобным требованиям, сервис любого технического оборудования с точки зрения пользователя должен быть упрощен до одного телефонного звонка-сообщения.

Противоречие 2. Между «легкомысленным» желанием владельца снизить затраты на погрузочно-разгрузочные операции путем эксплуатации погрузчиков совсем без техобслуживания, эксплуатировать их до тех пор, «пока совсем не встанет» и, с другой стороны, необходимостью извлечь из техники весь ресурс, заложенный в технике.

Причиной противоречия, как рассматривалось выше, является различие в понимании приоритетов, которые стоят перед логистами (снижение стоимости перевозки одного поддона) и инженерами, обеспечивающими безотказную работу погрузчика на протяжении всего срока службы. Различие есть только в понимании, так как общие экономические цели, стоящие перед организацией, одинаковы – увеличение объемов отгрузки, повышение эффективности операций, снижение непроизводительных затрат. Для того чтобы донести инженерный смысл ресурса погрузчиков до руководителей, не являющихся инженерами, необходимо, чтобы информация была представлена в терминах, которые используют современные руководители, то есть в рублях. Объем и стоимость операций должны быть не только внятно и однозначно зафиксированы в договорах, но и быть привязанными к фактической наработке техники. Это позволяет потребителям считать затраты на содержание погрузчиков переменными, и они будут составлять фиксированную величину в себестоимости готовой продукции. В связи с тем, что срок нормальной эксплуатации современной погрузочно-разгрузочной техники составляет примерно 10 лет, на протяжении этого периода потребителю в условиях неопределенности в конкурентных и рыночных условиях важно поддержание ее в состоянии, готовом к продаже, что обеспечивает ликвидность погрузчика.

Противоречие 3. Между необходимостью экономить, поиском более дешевых, чем предлагает дилер, условий обслуживания и, с другой стороны, желанием избежать сопровождающих эту «экономию» дорогих отложенных ремонтов.

В процессе эксплуатации возникает иллюзия, что «...если пропустить одно-два плановых техобслуживания, то ничего страшного не произойдет – техника импортная, выдержит». Действительно, техника выдержит 12 месяцев – срок гарантии, регламентируемый Гражданским кодексом РФ. Есть немало примеров, когда техника в нещадном режиме эксплуатации выдержала безо всякого обслуживания кризис 2008 года. Но в 2009 году все «выстоявшие кризис без единого техобслуживания» погрузчики поступили в ремонт с неисправными двигателями и трансмиссией. Справиться с такой задачей по разрушению иллюзий у потребителя инженеры смогут, если возьмут на себя дополнительные обязательства. Когда дилер не ограничивается объяснением: «завод-изготовитель, заявляя тот или иной номинальный срок службы, применяет технологии, материалы и тщательность обработки такие, которые обеспечат заявленный ресурс», берет на себя обязательства – расширенную гарантию, например не двенадцать, а шестьдесят месяцев (5000 моточасов или 5 лет эксплуатации, что наступит ранее). Для того чтобы эти обязательства не были «чудом», в течение действия договора расширенной гарантии потребитель обязан проводить плановое техобслуживание с регулярностью и в объеме, предписанными заводской инструкцией. За это время совместной эксплуатации происходит общение водителей с сервисным персоналом, вырабатывается «уважительный» стиль эксплуатации, у владельца погрузчика возникает понимание того, что «импортный погрузчик – это та же машина-иномарка, надежная и производительная, но требующая уважения к профилактическим работам».

Противоречие 4. По окончании пятилетнего срока расширенной гарантии лишь половина потребителей продолжают проводить обслуживание у дилера. Вторая половина потребителей начинают активно экономить, искать заменители (субституты), проводя обслуживание самостоятельно (при

помощи водителя) или переходя от дилера в более дешевую сервисную фирму с меньшим имиджем. Для того чтобы не снижался необходимый поток техобслуживания в направлении погрузчика, это противоречие можно устранить снижением цены работ на те машины, в отношении которых закончилось действие договоров расширенной гарантии.

Противоречие 5. Между необходимостью надлежащего ухода за техникой и проявлением частнособственнического инстинкта механиками, халатным отношением к технике. Данное противоречие имеет социальное свойство. Устранение его заключается в том, чтобы механику потребителя было выгодно, чтобы техника работала исправно. В зависимости от обстоятельств частично можно разрешить данное противоречие путем разработки дилером совместных с потребителем положений о дополнительной мотивации персонала.

Таким образом, управленческие решения по устранению противоречий, имеющих поведенческое свойство, позволяют перевести взаимоотношения потребителя и заказчика на новый партнерский уровень, когда потребитель и заказчик являются членами единой экономической системы и заинтересованы в прибыльной работе друг друга.

В случае с перевозкой паллетированных грузов взаимная интеграция потребителя и заказчика в бизнес-процессы друг друга, принятие сервисной организацией на себя ответственности не только за безотказную работу техники, а за результаты всего процесса, за минимальное значение стоимости перевозки одного поддона логично переводит взаимоотношения потребителя и дилера к аутсорсингу.

Аутсорсинг (от англ. – outsourcing) дословно переводится как использование чужих ресурсов. Иными словами, аутсорсинг – это передача на договорной основе непрофильных функций другим организациям, которые специализируются в конкретной области и обладают соответствующим опытом, знаниями, техническими средствами [3].

Аутсорсинг позволяет наиболее рационально использовать имеющиеся ресурсы экономической системы «потребитель – дилер» (эффект масштаба, синергия, модернизация оборудования за счет аренды новой техники)

В зависимости от условий (размеров и характера операций) потребитель может самостоятельно (так как он сам оплачивает услугу) выбрать наиболее подходящий для себя уровень сервисной услуги – выездной сервис иди аутсорсинг. По этому признаку можно группировать предприятия (частник, логистический центр, завод) и формировать наиболее приемлемое предложение.

Вышеперечисленные проблемы невозможно решить, ограничиваясь совершенствованием управления внутри конкретной дилерской организации или в рамках одной дилерской сети, копируя положительный опыт работы в России, например, таких дилерских сетей, как John Deer или Caterpillar, поставщиков дорожно-строительной техники. Эти организации, ориентируясь на потребителя, создали на территории России не только современные сервисные предприятия со складами запасных частей, но и подготовили квалифицированные кадры.

Для решение проблем, перечисленных в статье, требуется также «принудительное повышение уровня качества путем утверждения единой отраслевой системы менеджмента качества и профессиональных стандартов для организаций, занимающихся обслуживанием погрузчиков» [2].

Таким образом, представлен алгоритм принятия управленческих решений при организации сервисного бизнеса, когда на основе анализа мотивации поведения заказчика выявляются причины проблем и предлагаются действия по устранению противоречий, призванных организовать развитие таких отношений, которые позволят при применении спецтехники решить два вопроса – снизить непродуктивные затраты (материальных и человеческих ресурсов) и обеспечить извлечение максимального ресурса и потенциала, заложенного в технике конструкторами и изготовителями.

*Библиографический список*

1. Государственный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 50646-94 Услуги населению. Термины и определения [Электронный ресурс]. – М. : Дата введения в действие: 01.07.1994. Дата последнего изменения: 23.06.2009. – Режим доступа: http://www.complexdoc.ru/lib/ГОСТ%20Р%2050646-94

2. Волгин В. В. Сервис спецтехники : практич. пособие. – М. : Дашков и К°, 2007. – 756 с.

3. Ермошина Е. Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения [Электронный ресурс] Опубликовано на Audit-it.ru: 6 апреля 2005 г. Режим доступа: http://www.audit-it.ru/articles/account/assets/a13/42117.html

4. Ридель Э. И., Штефко И. В. Комплексная механизация и автоматизация погрузочно-разгрузочных работ с тарно-штучными грузами. – М. : Гос. науч.-технич. изд-во машиностроит. лит-ры, 1963. – 206 с.

***D. V. Timofeev****

**Timofeev Dmitry, director of «Rise Service» Co Ltd, Samara*

timofeev.63@mail.ru

**MANAGEMENT OF CUSTOMER SERVICE**

*Key words: service, customer service, extended warranty, outsourcing, management decisions.*

*The article considers the distinctive features of customer service management for cargo-handling equipment.*

*© Тимофеев Д. В., 2011*

УДК 338:37
***С. А. Тюрина****
**Тюрина Светлана Александровна, аспирант*
*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*
swetlana86@mail.ru

# ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ПО ПРОГРАММЕ ДВОЙНЫХ ДИПЛОМОВ

*Ключевые слова: организация, образовательные услуги, программы двойных дипломов (ПДД), разработка, реализация, алгоритм.*

*Представлена количественная характеристика распространения ПДД в России. Предложен алгоритм организации процесса предоставления образовательных услуг по программам двойных дипломов, разработанный на основе опыта реализации параллельного высшего профессионального образования по программе бакалавриата профессионального стандарта «Информатика и информационные технологии» Русенского университета «Ангел Кънчев», Русе, Болгария, в Поволжском государственном университете сервиса.*

На современном этапе развития общества, техники и технологий необходима качественная подготовка специалистов вузов, способных решать задачи инновационной экономики. Повышение качества образовательных услуг реализуется за счет участия студентов и преподавателей в международном процессе обмена знаниями. Участие студентов и преподавателей в совместных обменных образовательных программах способствует развитию международного межвузовского сотрудничества, интеграции вузов в мировое научно-образовательное пространство.

Одной из форм современной интеграции вузов при реализации совместных международных образовательных программ являются программы двойных дипломов. По результатам исследования программ двойных дипломов на 10 ноября 2010 года в материалах доклада Е. А. Карпухиной и А. Б. Мишина «Исследование программ двойных дипломов между университетами стран ЕС и России» представлены различные типы дипломов по системе критериев:

1) присутствие партнера – от постоянного до конечного или даже реализации программы своими силами;

2) язык преподавания – от полностью или преимущественно иностранного до только родного языка;

3) мобильность студентов и преподавателей – от симметричной, полной до реализации программы полностью внутри страны;

4) система поддерживания качества – от полного совпадения до частичного, но оговоренного партнерами.

В материалах доклада директора национального офиса программы Tempus в России д.п.н. О. Н. Олейниковой «Программы двойных дипломов как средство формирования европейского пространства высшего образования» международного семинара по обмену опытом в рамках программы Tempus, который состоялся 24 июня 2011 года, приведены статистические данные реализации ПДД в России. Из опыта следует, что двойные дипломы являются одним из ключевых показателей инновационной деятельности вуза (около 85% российских вузов признают важность ПДД).

В настоящее время в сфере ВПО проводится 246 ПДД с участием европейских университетов в 79 вузах (немногим более 2% общего количества реализуемых программ). Распределение программ по уровням подготовки: магистратура – 65%; бакалавриат – 20%; специалитет – 9%; аспирантура – 6% [3]. Количество университетов, участвующих в разработке и реализации ПДД, увеличивается, однако в настоящее время их количество невелико. Из 600 государственных вузов России только 40–50 реализуют программу двойных дипломов по одной-двум программам.

ПДД – это образовательные программы, основанные на сопоставимости и синхронизации образовательных программ университетов-партнеров, характеризующиеся принятием сторонами общих обязательств по во-

просам: определение целей и задач программы, подготовка учебного плана, организация учебного процесса, согласованная система определения качества, уточнение типа присваиваемой квалификации [3].

Очень серьезный вопрос в реализации ПДД – организация учебного процесса. Основная проблема в организации учебного процесса – отсутствие понимания, на какой организационно-методической базе следует реализовывать международную образовательную программу и как технологически организовать процесс обучения. В связи с этим представляется чрезвычайно актуальным исследование организации процесса предоставления образовательных услуг по ПДД. Так как процесс создания ПДД достаточно трудоемкий и затратный, он требует проведения подробного сравнительного анализа учебных планов и содержания преподаваемых учебных дисциплин в российском университете и зарубежном вузе-партнере.

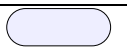
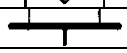
В рамках настоящей статьи представлен алгоритм организации процесса разработки и реализации образовательных услуг по ПДД (рис. 1), разработанный на основе опыта реализации параллельного высшего профессионального образования по программе бакалавриата профессионального стандарта «Информатика и информационные технологии» Русенского университета «Ангел Кънчев», Русе, Болгария, в Поволжском государственном университете сервиса.

В основе построения алгоритма применяются понятия и графические обозначения диаграммы деятельностей унифицированного языка моделирования UML (объектно-ориентированная методология). Диаграмма деятельностей отражает детально порядок выполнения операций в части разветвлений, циклических повторений, параллельности/ произвольности действий. Под деятельностью понимается некоторая работа, которая может быть декомпозирована на совокупность действий.

В табл. 1 представлены используемые в диаграмме деятельностей понятия и их графическое обозначение.

*Таблица 1*

***Понятия и графическое обозначение объектов диаграммы деятельностей***

| | |
|---|---|
|  | Деятельность (activity) |
|  | Поток от деятельности к деятельности |
|  | Разделение потока на деятельности, выполняемые параллельно или произвольно |
|  | Решение |
|  | Синхронизация |

Блок, соответствующий одной деятельности, может отражать несколько событий и быть декомпозирован аналогично блоку функционально-ориентированного подхода [4].

Процесс разработки ПДД начинается с выбора вуза-партнера и смежной специальности. Найти вуз-партнер можно, участвуя в программах Европейского Союза, при поддержке национального офиса Tempus в Российской Федерации. При выборе вуза-партнера для разработки и реализации программы необходимо принять во внимание:

1) наличие у вуза-партнера официальной лицензии на право ведения образовательной деятельности и свидетельства об аккредитации, дающей право выдавать документы государственного образца;

2) Предыдущий опыт сотрудничества с вузом-партнером;

3) способность вуза-партнера обеспечить кадровые и материальные ресурсы, необходимые для успешного функционирования программы;

4) способность вуза-партнера обеспечить соответствующие условия для учащихся, преподавателей и административного персонала вузов-партнеров, осуществляющих академическую мобильность в рамках программы (включая при необходимости трансфер, проживание) [6].

В начале 2009–2010 учебного года сотрудники кафедры «Прикладная информатика в экономике» приняли участие в международной научной конференции университета «Ангел Кънчев», что послужило началом работы кафедры по разработке ПДД [8]. На сайте университета «Ангел Кънчев» в предлагаемом информационном пакете ECTS были изучены предлагаемые специ-

альности и направления подготовки. На факультете «Природные науки и образование» выбрана специальность «Информатика и информационные технологии» в качестве смежной специальности направления «Прикладная информатика».

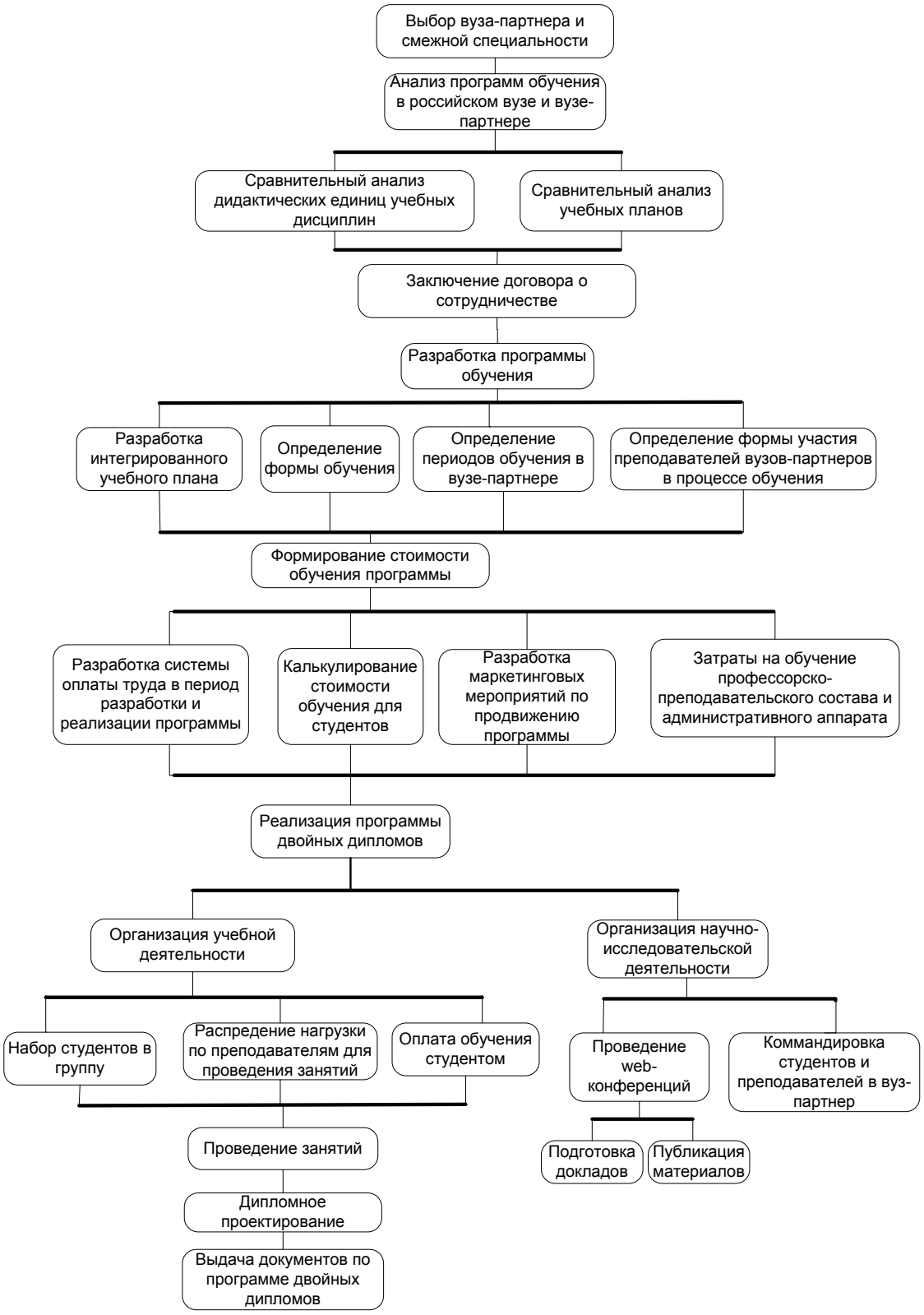



***Рис. 1.*** *Алгоритм организации процесса разработки и реализации образовательных услуг по ПДД*

До подписания договора о партнерстве сотрудники кафедр вузов-партнеров решали вопросы несовпадения программ обучения. Анализ программ обучения проводился по учебным планам и дидактическим единицам учебных дисциплин. Результаты анализа показали, что курс одного вуза-партнера эквивалентен аналогичному курсу другого вуза-партнера не только по совпадению количества часов, но и по объему образовательного результата и уровню приобретаемых компетенций.

Летом 2010 года был подписан договор о сотрудничестве с болгарским университетом «Ангел Кънчев» по программе двойных дипломов для бакалавров и магистров в области прикладной информатики. Договор содержит программу обучения (бакалавр, магистр), язык обучения (русский, английский), порядок зачисления студентов.

На основе результатов анализа учебных программ разработана программа обучения.

Основные процессы разработки и реализации совместной программы обучения:

- разработан учебный план для студентов ПВГУС, обучающихся по программе бакалавров специальности «Информатика и информационные технологии» по программе двойных дипломов с Русенским университетом, Болгария;

- определена форма обучения – обучение студентов проводится в ПВГУС по учебным материалам Русенского университета с использованием Web-семинаров.

30–31 мая 2011 года ПВГУС посетила заведующая кафедрой «Информатика и информационные технологии» Русенского университета «Ангел Кънчев» профессор Каталина Петровна Григорова. В рамках визита иностранного гостя организованы занятия и индивидуальные консультации для студентов. Осенью 2011 года запланирована поездка студентов и преподавателей в Русенский университет.

Самым сложным вопросом для распространения программ двойных дипломов является необходимость значительных финансовых средств как на этапе разработки, так и на этапе реализации [1]. Стоимость обучения по программе двойных дипломов сформирована из уровня оплаты труда участников программы – преподавателей и персонала; формы и степени участия иностранных преподавателей; длительности периода обучения, использования интернет-технологий, а также маркетинговых мероприятий по продвижению программы. В зависимости от объема всех статей затрат скалькулирована стоимость обучения для студентов.

Процесс реализации ПДД включает в себя процессы организации учебной и научно-исследовательской деятельности. С целью осуществления учебной деятельности произведен набор студентов в группу и распределена нагрузка по преподавателям для проведения занятий. Научно-исследовательская деятельность организована по направлениям: проведение web-конференций (интерактивное участие студентов в конференции университета «Ангел Кънчев») и поездка студентов и преподавателей в Русенский университет осенью 2011 года.

После прохождения полного курса обучения (посещение занятий по учебному плану: теоретических, практических, выполнение курсовых работ) и самостоятельного выполнения дипломного проекта студент получает сертификат Русенского университета «Ангел Кънчев», в которой указана информация о содержании образования и полученных результатах.

В предложенном алгоритме наглядно представлена последовательность ключевых процессов разработки и основные этапы взаимосвязанных процессов реализации ПДД. Применение диаграмм унифицированного языка моделирования UML для разработки алгоритма помогает наглядно представить основные этапы работ и возможности реализации ПДД.

Исследование существующих моделей взаимодействия российских и европейских вузов способствует дальнейшему развитию международного межвузовского сотрудничества и, в конечном итоге, созданию единого общеевропейского образовательного пространства.

*Библиографический список*

1. Викторова Е. В. Программы двойных дипломов как фактор формирования инновационной среды университета // Образование и инновации. – 2010. – № 12 (146). – С. 27–31.

2. Куклина Е. А., Соломенко Д. С. «Двойной диплом» как фактор повышения конкурентоспособности российских вузов на европейском рынке образовательных услуг // Образование, экономика, общество. – 2010. – № 1-2 (17–18). – С. 4–9.

3. Куклина Е. А. Пять «И» и сектор образовательных услуг экономики России: программы двойных дипломов как «точки роста» отечественных университетов // Образование, экономика, общество. – 2010. – № 6 (22). – С. 5–13.

4. Малышева Е. Ю. Учебно-методический комплекс дисциплины «Проектирование информационных систем» для студентов направления 0808000.62 «Прикладная информатика». – Тольятти : Изд-во ПВГУС, 2010. – С. 65–70.

5. Опыт российских вузов по созданию и реализации различных моделей образовательных программ : материал подготовлен при участии ФГУП «Научно-исследовательский центр экономических преобразований» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://inpro.msu.ru/PDF/opyt_vuzov.pdf.

6. Организация обучения студентов МИСиС в зарубежных высших учебных заведениях СТО СМК 7.5.03-06. – М., 2006.

7. Сопоставимость дипломов и степеней. Двойные многосторонние дипломы и степени, : материалы к региональному семинару для экспертов по Болонскому процессу и реформированию высшего образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.tempus-russia.ru/MIIT-seminar/Rus-Reader_0604final.pdf

8. Тюрина С. А. Вопросы реализации программы двойного диплома на региональном рынке образовательных услуг // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы : сб. ст. I международной научно-практической конференции / Поволжский гос. ун-т сервиса. – Тольятти : Изд-во ПВГУС, 2010. – С. 89–92.

---

***S. A. Tyurina****

**Tyurina Svetlana, graduate student of*
*Volga Region State University of Service, Togliatti*
swetlana86@mail.ru

## ORGANIZATION OF EDUCATIONAL SERVICES FOR DOUBLE DEGREE PROGRAM

*Key words: organization, educational services, programs, double degree program (DDP), development, implementation, algorithm.*

*The article features quantitative characteristics of DDP introduction in Russia. The author proposes the algorithm for providing educational services in the framework of double degree program. This program has been developed based on the experience of introducing parallel higher education in Volga Region State University of Service, according to the undergraduate program of professional standard, «Informatics and IT» of Ruse University «Angel Knchev», Bulgaria.*

---

*© Тюрина С. А., 2011*

УДК 338.465.2
***В. А. Филатова****
**Филатова Вера Александровна, ассистент*
*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*
olunja07@rambler.ru

# ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

*Ключевые слова: антикризисное управление, антикризисная стратегия, стратегические карты, сбалансированная система показателей.*

*Важную роль в антикризисном управлении играет разработка стратегии. Сформированы основные подходы к понятию «стратегия антикризисного управления». Стратегические цели, которые определяются исходя из миссии предприятия, конкретизируют либо новые, либо существующие потенциалы его успеха.*

Сложные условия нестабильной экономической ситуации предъявляют повышенные требования к квалификации руководителей, уровню их профессиональных знаний, обеспечивающих предприятиям сферы услуг реальный переход к стратегическому управлению компаниями в постоянно меняющейся рыночной конъюнктуре. Характерной особенностью рыночной экономики является то, что кризисные ситуации могут возникать на всех стадиях жизненного цикла предприятий сферы услуг. Остроту последствий кризиса можно снизить, если учесть его особенности, вовремя распознать и предвидеть его наступление. Телекоммуникационные предприятия осуществляют свою деятельность в условиях постоянной трансформации факторов внутренней и внешней среды, поэтому нуждаются в антикризисном управлении, которое позволяет использовать эффективные механизмы и инструменты с целью предвидения, предотвращения и преодоления кризисных ситуаций.

Стратегия в антикризисном управлении играет ключевую роль. Она позволяет руководству компаний своевременно подготовиться к возможным кризисным ситуациям, дает возможность распознать слабые сигналы кризисного развития, иметь в своем стратегическом арсенале комплекс управленческих решений, способных разрешить кризисные ситуации.

Вопросу формирования стратегии антикризисного управления посвящено значительное количество научных работ как отечественных, так и зарубежных авторов. Теоретические подходы к понятию стратегического управления, стратегического планирования и прогнозирования описывали многие зарубежные авторы, в частности Е. Мозаковский, И. Вильсон, И. Бонж, Б. Колеман [10, с. 1169; 11, с. 507; 9, с. 84]. В табл. 1 приведены основные подходы к понятию «стратегия» [7, с. 219–220].

*Таблица 1*

***Основные подходы к понятию «стратегия», отражающие характер развития стратегического управления***

| Определение стратегии | Автор | Основной подход |
|---|---|---|
| 1. Стратегия как метод установления долгосрочных целей организации ее действия и приоритетных направлений по размещению ресурсов | А. Чандлер, 1962 г. | Долгосрочные цели разрабатываются и не подлежат пересмотру до изменения внешних и внутренних условий среды функционирования организации |
| 2. Стратегия как метод определения конкурентных целей организации | Гарвардская школа бизнеса, 1965 г. | Стратегия определяет основные сферы бизнеса, которые компания будет продолжать и/или начнет осуществлять |
| 3. Стратегия как способ реакции на внешние возможности и угрозы, внутренние сильные и слабые стороны | М. Портер, 1980–1985 гг. | Основная задача стратегии заключается в достижении организацией долгосрочных конкурентных преимуществ над соперниками в каждой сфере бизнеса |

*Продолжение табл. 1*

| Определение стратегии | Автор | Основной подход |
|---|---|---|
| 4. Стратегия как способ установления целей для корпоративного, делового и функционального уровней | И. Ансофф, 1965 г.<br>Д. Стейнер, 1977 г.<br>П. Лоранж, 1977 г. | При разработке стратегии следует выделить корпоративные, деловые и функциональные цели с точки зрения различного их влияния на процессы управления в организации |
| 5. Стратегия как последовательная, согласованная и интегрированная структура управленческих решений | Г. Минцберг, 1987 г. | При разработке стратегии основное внимание уделяется формированию планов, которые служат для целей контроля по эффективности достижения стратегических ориентиров |
| 6. Стратегия как способ развития ключевых конкурентных преимуществ организации | Г. Хамель, 1989 г. | Основу конкурентоспособности составляют особые способности фирмы и внутренние ресурсы |
| 7. Стратегия как набор действий и подходов по достижению заданных показателей деятельности | А. Томпсон, 1995 г. | Стратегия одновременно является преактивной (упреждающей) и реактивной (адаптирующей) |
| 8. Стратегия как бизнес-стратегия, конкурентная стратегия направлена на определение аспектов и развитие бизнеса, должна базироваться на определенных активах и компетенциях компании | Дэвид А. Аакер, 2001 г. | Предусматривает создание множества функциональных стратегий: стратегии позиционирования, ценовой, распределения, глобальной и т. д. |
| 9. Стратегия – основной элемент организационной деятельности | Каплан Роберт С., 1996 г.<br>Нортон Дейвид П., 2000 г. | Сбалансированная система показателей предлагает модель, с помощью которой можно сформулировать стратегию и довести ее до сведения всех сотрудников наиболее доступным и последовательным способом |

Таким образом, в большинстве случаев ученые под стратегией понимают действия руководства предприятия, направленные на достижение его долгосрочных целей и адаптацию предприятия к изменениям внешней и внутренней среды. В связи с этим стратегия антикризисного управления предполагает выработку комплексной системы адаптивных мер долгосрочного характера, сокращающих стратегический разрыв между состоянием отраслевой среды и потенциалом предприятий сферы услуг.

В научных работах по антикризисному управлению изложены различные подходы и концепции процесса разработки и реализации антикризисной стратегии. Методика, предложенная профессором Г. А. Александровым [1, с. 84], содержит следующие этапы разработки стратегии антикризисного управления:

1. Финансовый анализ состояния предприятия на текущий момент.

2. Составление прогноза состояния предприятия.

3. Построение кривой жизненного цикла для исследуемого предприятия.

4. Определение текущего местоположения предприятия на кривой жизненного цикла.

5. Непосредственно выбор стратегии антикризисного управления.

Профессор Э. М. Коротков [2, с. 160-166] рассматривает процесс стратегического антикризисного планирования в контексте трех этапов:

- комплексная диагностика состояния предприятия, включающая анализ внешних факторов с целью выявления причин кризиса и анализ состояния предприятия, находящегося в кризисной ситуации;

- корректировка миссии и системы целей предприятия;

- формулирование стратегических альтернатив выхода предприятия из кризиса и выбор стратегии.

Отдельные авторы, такие как В. М. Кафидов и В. В. Кафидов, считают, что при разработке стратегии антикризисного управления «менеджеры должны сконцентрировать свое внимание на следующих моментах структурно-логической связи, которые представлены в модели» [42] (рис. 1).

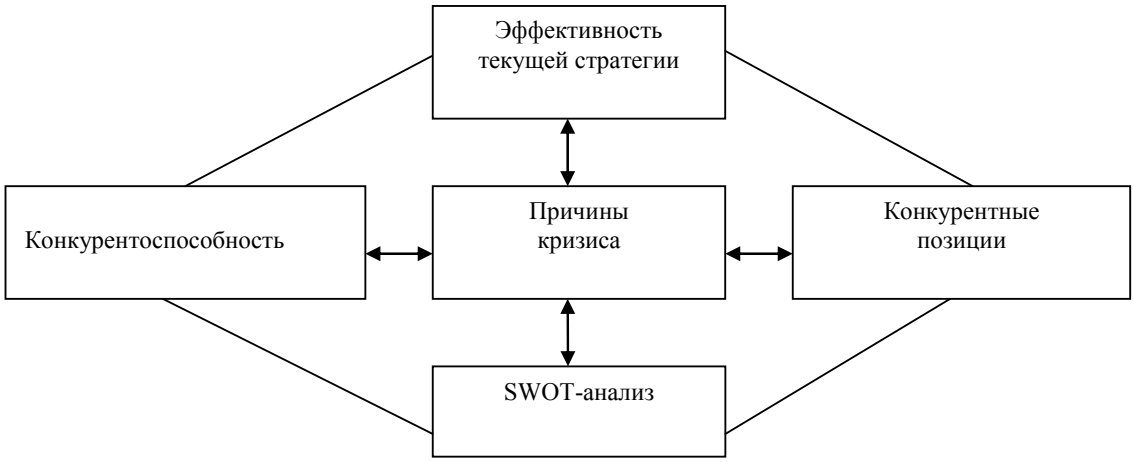



***Рис. 1.*** *Основные этапы, определяющие антикризисную стратегию предприятия*

Исторический анализ эволюции человеческого общества показывает, что нет системы, которая не развивалась бы в ритме циклической динамики, переживая фазы зарождения, зрелости, падения и перехода в новое состояние. Исследования в области антикризисного управления позволили составить алгоритм поэтапной разработки и реализации антикризисной стратегии предприятия сферы услуг (рис. 2).




***Рис. 2.*** *Алгоритм поэтапной разработки и реализации стратегии антикризисного управления*

Формированию стратегии антикризисного управления предшествует стратегический анализ внешней и внутренней среды, который включает в себя оценку внешних и внутренних факторов, финансово-экономического состояния, определение конкурентоспо-

собности и стратегической позиции предприятия на рынке, в результате которого определяются приоритетные направления развития предприятия.

Установление миссии, стратегических целей и приоритетов развития предприятия, находящегося в условиях кризисной ситуации, является одной из основных задач высшего руководства и, соответственно, составляет важную часть стратегического управления. В научной литературе миссия рассматривается как философия, предназначение и смысл существования предприятия. Как отмечает профессор Э. М. Коротков, «миссия формирует главные предпосылки успеха деятельности предприятия при различных воздействиях на нее внешней и внутренней среды» [2, с. 165]. Грамотно сформулированная миссия учитывает интересы собственников, сотрудников и потребителей, задает общие ориентиры, направления развития предприятия, выражающие смысл его существования. Желаемые конечные результаты, которые способствуют выходу из кризисной ситуации, фиксируются в виде целей, постановка которых является начальным этапом разработки и реализации антикризисной стратегии предприятий сферы услуг. Определенная цель должна соответствовать требованиям, представленным на рис. 3.

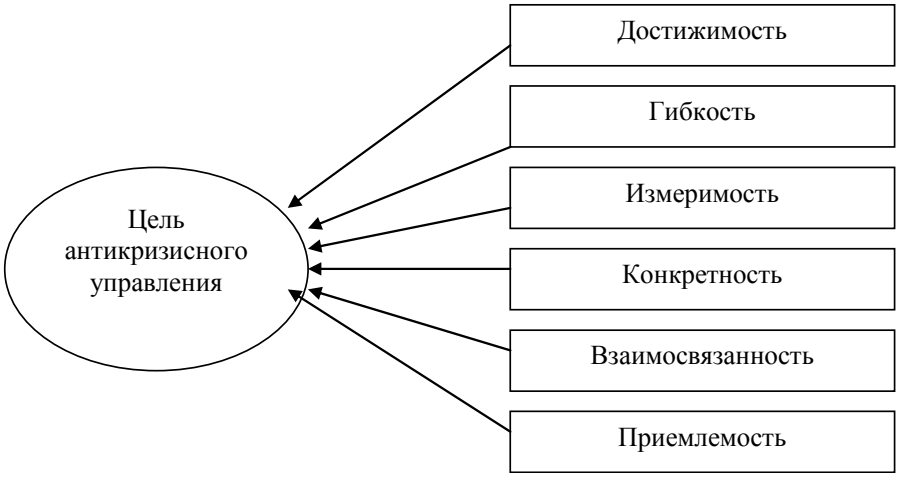



***Рис. 3.*** *Требования, предъявляемые к постановке целей антикризисного управления [6, с. 80]*

Следует отметить, что стратегические цели соответствуют миссии и являются результатом исследования внешних для предприятия возможностей и угроз, а также внутренних сильных и слабых сторон, определяющих его конкурентные преимущества. В зависимости от специфики отрасли, особенностей рыночной среды, сформулированной миссии каждое предприятие сферы услуг устанавливает свои собственные цели, «которые находятся друг с другом в тесной иерархической взаимосвязи, причем достижение одной из них является средством для достижения более глобальной цели» [7, с. 233]. Как показывает практика, на большинстве предприятий сферы услуг отсутствуют четко структурированные иерархические целевые системы, по причине сложности обмена информацией и процессов взаимодействия персонала. В этой связи считаем, что руководству компаний необходимо иметь алгоритм реализации политики ориентированного стратегического управления. С целью установления взаимосвязи между целью антикризисного управления и целью развития предприятия ОАО «МТС», оказывающего телекоммуникационные услуги, целесообразно построить уровни «дерева целей» (рис. 4).

В рамках данного алгоритма построение «дерева целей» осуществляется от генеральной цели к целям стратегического, тактического и оперативного характера. Проанализируем алгоритм построения «дерева целей» предприятия ОАО «МТС». Главная цель антикризисного управления и развития – повышение рыночной стоимости предприятия сферы услуг – детализируется на стратегические цели, в качестве которых можно выделить:

Цель 1. Стабильное и устойчивое развитие предприятия в долгосрочной перспективе (экономическая).

Цель 2. Обеспечение инновационной активности (инновационная).

Цель 3. Обеспечение лидерства на рынке сотовой связи (маркетинговая).

Цель 4. Формирование эффективной системы управления предприятием (организационная).

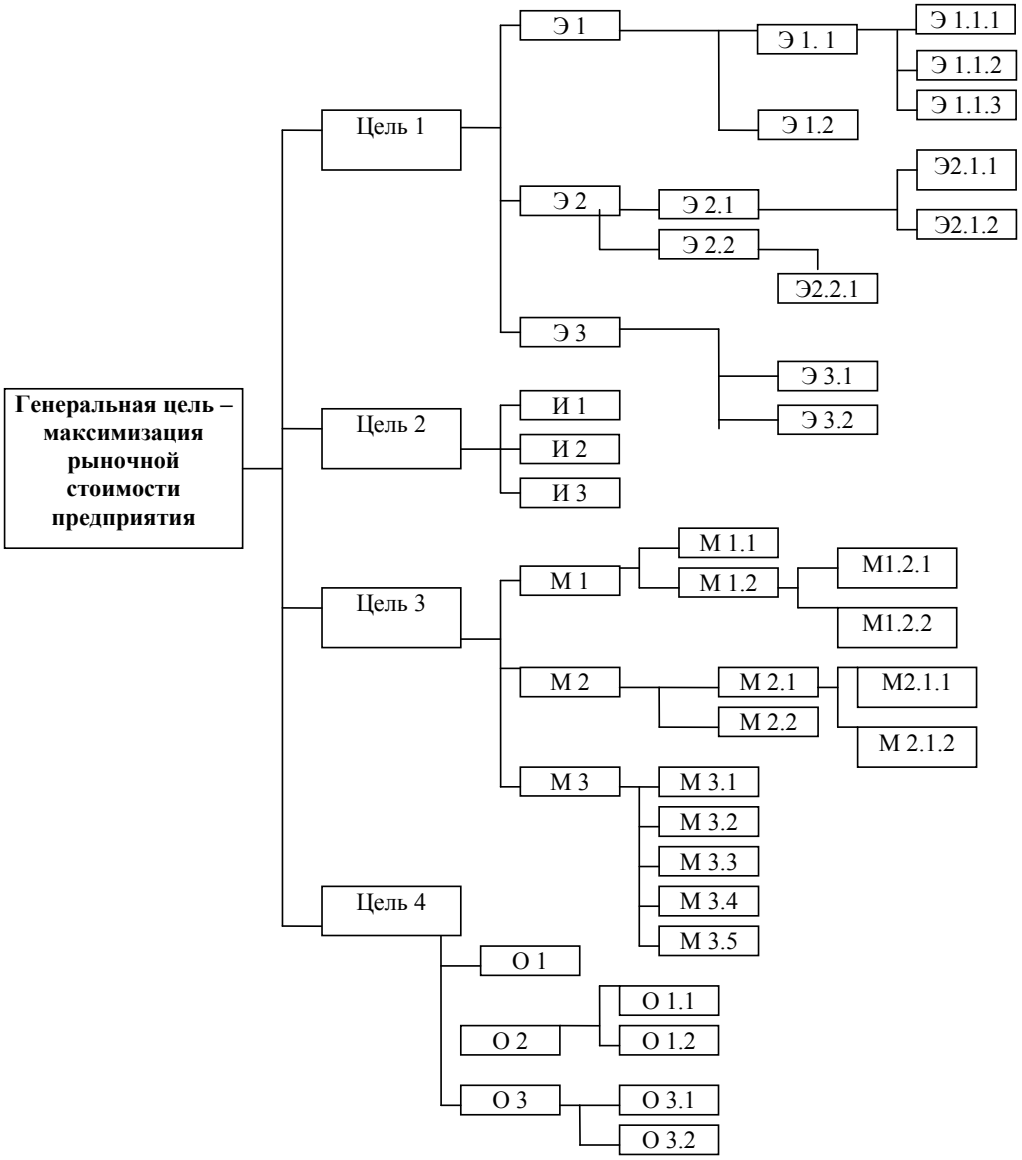



***Рис. 4.*** *Алгоритм «дерево целей» развития ОАО «МТС»*

Для реализации вышеперечисленных целей формулируются цели, направленные на достижение конкретных показателей и мероприятий. Например, цели 1 можно достичь посредством достижения следующих целей:

Э1. Обеспечение финансовой устойчивости и платежеспособности.

Э1.1. Улучшение показателей финансовой устойчивости.

Э1.1.1. Формирование достаточного объема собственных финансовых ресурсов.

Э1.1.2. Оптимальное соотношение между собственным и заемным капиталом.

Э1.1.3. Привлечение недорогих заемных источников финансовых средств.

Э2. Максимальное увеличение прибыли.

Э2.1. Увеличение объемов продаж услуг связи.

Э2.1.1. Продажа продукции в рассрочку.

Э2.1.2. Использование системы скидок и бонусов при оплате.

Э2.2. Снижение себестоимости услуг и продукции.

Э2.2.1. Сокращение затрат за счет роста производительности труда, сокращения непредвиденных расходов.

Э3. Обеспечение конкурентоспособности услуг и конкурентной позиции предприятия.

Э3.1. Обеспечение выгодных условий абонентского обслуживания.

Э3.2. Улучшение показателей эффективности финансово-хозяйственной деятельности.

Необходимо отметить, что набор целей антикризисного управления и развития может корректироваться с учетом изменений, происходящих во внешнем окружении, и не должен ограничиваться перечисленными выше направлениями.

В соответствии с проведенной количественной оценкой сильных и слабых сторон ОАО «МТС», а также угроз и возможностей составлено проблемное поле, позволяющее обосновать цели и приоритеты развития предприятия. С этой целью построена матрица [3, с. 128] (табл. 2).

*Таблица 2*

***Проблемное поле ОАО «МТС»***

<table>
<tr><td></td><td></td><td colspan="3">Сильные стороны</td><td colspan="3">Слабые стороны</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>Лидер среди операторов сотовой связи по абонентской базе</td><td>Эффективная рекламная кампания</td><td>Наличие широкого спектра дополнительных услуг</td><td>Текучесть квалифицированного персонала</td><td>Невысокая инновационная активность</td><td>Неустойчивость финансового состояния и зависимость от заемного капитала</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Угрозы</td><td>Снижение конкурентных позиций на рынке</td><td>Повышение качества услуг связи</td><td>Выход на новые рынки сбыта</td><td>Освоение новых стандартов связи</td><td>Мотивация развития потенциала персонала</td><td>Направление финансовых ресурсов на инновационно-активные сферы</td><td>Оптимальное соотношение собственного и заемного капитала</td></tr>
<tr><td>Возникновение кризисных ситуаций</td><td>Создание службы антикризисного управления</td><td>Формирование антикризисной стратегии</td><td>Разработка антикризисной программы</td><td>Повышение квалификации и переподготовка кадров</td><td>Повышение инвестиционной привлекательности предприятия</td><td></td></tr>
<tr><td>Появление новых стандартов радиосвязи</td><td>Освоение стандарта 4G</td><td colspan="2">Модернизация и обновление оборудования</td><td></td><td></td><td>Разработка финансовой политики</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Возможности</td><td>Повышение конкурентоспособности услуг</td><td>Выход на новые рынки сбыта</td><td>Формирование новых конкурентных преимуществ</td><td>Развитие стратегического маркетинга</td><td>Формирование фонда для подготовки и повышения квалификации кадров</td><td>Освоение новых инновационных технологий</td><td>Улучшение показателей финансовой устойчивости</td></tr>
<tr><td>Развитие междугородной и международной связи</td><td>Строительство собственной магистральной сети</td><td colspan="2">Внедрение новых видов услуг</td><td></td><td></td><td>Увеличение собственных ресурсов за счет уставного и добавочного капитала</td></tr>
<tr><td>Освоение новых и расширение старых рынков сбыта</td><td>Освоение новых рынков сбыта за счет повышения качества услуг</td><td>Использование инструментов активного маркетинга</td><td>Формирование эффективной системы стимулирования сбыта</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>

Анализ проблемного поля позволил выявить следующие приоритетные направления развития ОАО «МТС», которые должны быть положены в основу разработки стратегии антикризисного управления:

- повышение качества услуг связи;
- выход на новые рынки сбыта;
- освоение новых стандартов связи;
- создание службы антикризисного управления;
- направление финансовых ресурсов на инновационно-активные сферы.

На основании предложенного алгоритма целей можно разработать стратегическую

карту и систему сбалансированных показателей, которые также являются важными инструментами разработки и реализации стратегии антикризисного управления. Стратегические карты (Strategy Maps) способствуют оптимизации показателей результативности деятельности и управления ими, позволяют увязывать между собой нематериальные, материальные и финансовые факторы путем построения причинно-следственных зависимостей между ними с целью достижения стратегических ориентиров. Р. Нортон и Д. Каплан определяют стратегическую карту как «некое наглядное изображение стратегии, которое на одной странице рассказывает, как интегрированные и скомбинированные цели четырех составляющих складываются в единую стратегию» [4]. На основе грамотно разработанной стратегической карты строится сбалансированная система показателей, включающая в себя ориентиры по всем аспектам деятельности, достижение которых позволит реализовать стратегию антикризисного управления. Таким образом, стратегическая карта является исходной точкой всего процесса управления предприятием сферы услуг.

В свою очередь, сбалансированная система показателей необходима для разработки конкретных мероприятий по реализации стратегических ориентиров и средств контроля их достижения и позволяет определить степень достижения поставленной цели предприятия. Нами предложена ССП, разработанная с учетом специфики предприятий сферы услуг.

*Таблица 3*

***Система сбалансированных показателей для предприятия сферы услуг ОАО «МТС»***

| **Проекция** | **Цель антикризисного управления** | **Перечень возможных показателей** |
|---|---|---|
| Финансы/Экономика | Улучшить финансово-экономическое состояние предприятия | Финансовые показатели: ликвидности, платежеспособности, финансовой устойчивости, отношение собственного и заемного капитала, рентабельность капитала, деловой активности |
| Рынок/Клиенты | Увеличить долю рынка, максимально удовлетворить потребности клиентов | Показатели конкурентоспособности: доля рынка, площадь покрытия, количество абонентов, количество активных SIM-карт, объем продаж услуг связи, объем продаж дополнительных услуг и товаров.<br>Показатели, отражающие удовлетворение потребностей абонентов: количество использованных минут на одного абонента, средний счет на одного абонента мобильной связи за месяц, количество жалоб, количество удовлетворенных клиентов по результатам тестирования |
| Бизнес-процессы | Создать и поддерживать условия для оказания услуг связи, максимально соответствующих потребностям клиентов | Показатели, характеризующие качество оказания услуг (количество вовремя оказанных услуг, удовлетворенность потребителей, соответствие цены услуг связи качеству, затраты на оказание услуг).<br>Показатели, обеспечивающие производительность и качество бизнес-процессов (доля не удовлетворенных качеством связи и обслуживанием потребителей).<br>Показатели, отражающие продвижение услуг (эффективность способов коммуникации) |
| Инфраструктуры/ Персонал | Обеспечить соответствующий уровень инфраструктуры, увязать цели и интересы сотрудников с деятельностью предприятия | Показатели, обеспечивающие бизнес-процессы необходимым оборудованием (показатели изношенности основных фондов, степень автоматизации процесса оказания услуг).<br>Показатели, отражающие профессиональную компетентность кадров, оценка их мотивации (квалификация персонала, текучесть кадров) |

Особенность ССП заключается в ее способности корректировать антикризисное управление предприятием за счет превентивных мер [8, с. 98]. Оперативный анализ по проекциям на основе причинно-следственной цепочки стратегических целей позволяет найти причины отклонения показателей и возникновения кризисов и принять необходимые меры.

Таким образом, концепция формирования и реализации стратегии антикризисного управления базируется на четко поставленных целях и задачах, обоснованных способах достижения заданных стратегических ориентиров. Этому предшествует стратегический анализ внешней и внутренней среды, который позволяет выявить причины возможного возникновения кризисных ситуа-

ций и наметить мероприятия по их предотвращению. Обобщив теоретические подходы и основываясь на данных исследования, мы сформулировали следующий теоретический подход к понятию «стратегия антикризисного управления» – это программа долгосрочного развития предприятия сферы услуг, которая учитывает его взаимоотношения с внешней и внутренней средой, направленная на достижение генеральной цели. Разработка и реализация стратегии антикризисного управления гарантирует режим превентивного управления, способного предвидеть, распознавать и предупреждать кризисные процессы, преодолевать их последствия и одновременно обеспечить конкурентоспособность, стабильность и устойчивость предприятия в условиях постоянных изменений внешней и внутренней среды.

*Библиографический список*

1. Антикризисное управление: теория, практика, инфраструктура : учебно-практ. пособие / отв. ред. Г. А. Александров. – М. : Изд-во БЕК, 2002. – 544 с.

2. Антикризисное управление : учебник / под ред. Э. М. Короткова. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : ИНФРА-М, 2008.

3. Баринов В. А., Харченко В. Л. Стратегический менеджмент : учебник. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 237 с. – (Учебник для программы МВА).

4. Каплан Р. С., Нортон Д. П. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты : учебник. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007.

5. Кафидов В. М., Кафидов В. В. Стратегический менеджмент : учеб. пособие. – Калининград : ФГОУ ВПО «КГТУ», 2006.

6. Нефедкин В. В. Стратегия развития предприятия в кризисных условиях : монография. – Ульяновск : УлГУ, 2003.

7. Никитина Н. В. Антикризисное финансовое управление промышленным предприятием: теория, методология, практика : монография. – Саранск : Изд-во Мордовского ун-та, 2008.

8. Парамова Л., Низамова Э. Сбалансированная система показателей в управлении сервисными организациями // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 1. – С. 98–105.

9. Bonge J. W., Coleman B. P. Concepts for Corporate Strategy. – The Macmillan Company, USA, 1972. – 603 p.

10. Mosakowski E. Managerial prescriptions under the resource-based view of strategy: the example of motivational techniques // Strategic management j. – Chichester etc., 1998. – Vol. 19, № 12. – P. 1169–1182.

11. Wilson I. Strategic planning for the millennium: resolving the dilemma // Long range planning. – Oxford etc., 1998. – Vol. 31, №4. – P. 507–513.

***V. A. Filatova****
**Filatova Vera, assistant of*
*Volga Region State University of Service, Togliatti*
olunja07@rambler.ru

## FORMATION OF CRISIS MANAGEMENT STRATEGIES AND DEVELOPMENT OF SERVICE SPHERE COMPANIES

*Key words: crisis management, crisis management strategy, strategic maps, balanced system of indicators.*

*Strategic development plays important role in crisis management. The author has formulated the main approaches to the concept of »crisis management strategy.» Strategic objectives, which are determined by the mission of the company, stipulate either new or existing potential of its performance.*

*© Филатова В. А., 2011*

# МИКРОУРОВЕНЬ

## УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

УДК 331.1
***С. Д. Кукина****
**Кукина Светлана Дмитриевна, кандидат экономических наук, доцент*
*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*
sv-d-kuk@mail.ru

# МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Ключевые слова: персонал, управление персоналом, сфера сервиса, эффективность.*

*Рассматриваются методологические аспекты и практический опыт реализации положений в области оценки эффективности управления персоналом предприятий г. о. Тольятти в современных условиях.*

Эффективность работы современного предприятия зависит от множества факторов, среди которых определяющими являются:

- компетентность руководителей и специалистов, отвечающих за выработку стратегии предприятия, определяющих ресурсы и перспективы его развития;
- качество и производительность труда персонала, выполняющего поставленные руководством цели.

Системная модель эффективности деятельности предприятия сферы сервиса предполагает измерение степени реализации интересов трех основных групп участников: собственников, управляющих и наемных работников [2]. Деятельность предприятия по реализации интересов сопряжена с влиянием факторов внешней среды. Поэтому модель эффективности деятельности предприятия должна включать исследование шести элементов:

- способностей предприятия сервиса обеспечивать условия реализации общих интересов участников – получение прибыли;
- степени реализации интересов каждого участника;
- степени реализации интересов основных элементов внешней среды;
- возможностей повышения эффективности деятельности предприятия за счет изменения механизмов согласования интересов всех участников процесса обслуживания потребителей и самих потребителей;
- возможностей повышения эффективности деятельности предприятия сервиса за счет изменения механизмов согласования интересов самого предприятия и основных элементов его внешней среды;
- общего уровня эффективности деятельности предприятия и возможностей ее повышения.

Использование системной модели для разработки и реализации мер по повышению эффективности деятельности предприятия сервиса предусматривает распределение ее элементов по трем уровням анализа.

Первый уровень исследования эффективности деятельности составляют показатели и условия, определяющие возможности реализации целей, общих для всех субъектов, заинтересованных в результатах деятельности. В результате должно быть выявлено, способно ли предприятие обеспечить прибыльность своей деятельности в краткосрочном периоде. В качестве показателей могут выступать: объем производства продукции в натуральном и стоимостном выражении; объем производства и реализации продукции (услуг), удовлетворяющей требованиям качества; количество и эффективность использования ресурсов; показатели рентабельности; объемы присутствия предприятия на рынках ресурсов и рынках сбыта.

Второй уровень исследования эффективности деятельности составляют показатели и условия, определяющие способность предприятия обеспечивать реализацию ин-

тересов каждой группы участников и элементов внешней среды.

Для количественного описания интересов собственников предлагается использование следующих показателей: приращение чистых активов предприятия по отношению к уставному капиталу, доход на акцию, ценность акции, коэффициент котировки акций [1].

Характеристику степени реализации интересов управляющих и наемных работников дает показатель удовлетворенности материальным обеспечением и качество трудовой жизни [3].

Анализ уровня реализации интересов потребителей предполагает изучение их потребностей и сопоставление с ними основных характеристик продукции. При этом могут быть использованы методы маркетинговых исследований.

Третий уровень оценки эффективности деятельности предприятия предполагает изучение условий, позволяющих обеспечить возможность реализации интересов участников в долгосрочной перспективе. При этом выявляются резервы и прогнозируется возможный рост эффективности при их реализации. Рекомендуется рассматривать как внутренние возможности предприятия сервиса, так и внешние условия, в которых оно действует.

В целях повышения качества трудовой жизни персонала предприятий сферы сервиса предлагается оценивать уровни учета требований исполнительного и управляющего персонала по трем группам критериев оценки:

1. С позиции работника предлагается рассматривать: интерес к выполняемой работе; возможность творческой самореализации; степень влияния на общие результаты; степень самостоятельности; условия труда: социально-психологическую обстановку; удовлетворенность оплатой труда; правовую защищенность и другие.

2. С позиции руководителя рекомендуется выделить: эффективность выполнения персоналом возложенных функций; экономичность организационной структуры; степень централизации и координации управления; состояние исполнительской дисциплины и ответственности; социально-психологическую обстановку; уменьшение жалоб населения и другие.

3. С позиции потребителей необходимо рассматривать: динамику функционирования сферы услуг; уровень занятости населения; обеспеченность территории предприятиями сферы услуг и их товарами и услугами; развитие социальной инфраструктуры; реакцию на неудовлетворительное качество услуг и обслуживание потребителей и другие.

Представленные критериальные элементы уровня организации управления персоналом предприятий сферы сервиса составляет определенную систему и отражают основные условия эффективности использования персонала предприятий сферы сервиса. Следует отметить, что каждый из предлагаемых показателей может быть выражен количественно на основе социологических исследований и анализа, а также использования экономико-математических методов и моделей, но эта задача требует более углубленного социального исследования. Независимо от этого уже сегодня возможно применение указанных критериев в оценке эффективности деятельности как в области управления персоналом, так и всей производственно-хозяйственной деятельности предприятий сферы сервиса Российской Федерации.

Эффективность процесса управления персоналом предприятий сферы сервиса должна ориентироваться на компетентность управленческих кадров, их умение действовать в условиях быстро меняющейся деловой среды, в том числе под влиянием процессов мировой экономики и перспективы вступления России в ВТО. Продуманность действий руководства предприятия и всей категории РСиС должна учитывать принцип «не навреди». В условиях рыночной экономики конкурентоспособность предприятия сферы сервиса во многом зависит от деловых качеств используемого им персонала. Хорошо подготовленный, обученный, с высоким уровнем мотивации на качественную работу персонал является основным ресурсом предприятия. Поэтому концепция управления персоналом предприятия сферы сервиса должна ориентироваться на сопоставимость затрат на персонал с конечным результатом деятельности предприятия.

Общим критерием эффективности управления персоналом, по мнению экономистов, является получение заданного результата ($B$) при минимальных затратах ($З$). В качестве заданного результата можно рекомендовать

использовать эффективность управления персоналом предприятия сферы сервиса, рассчитанную по заявленным ранее параметрам. Комбинированная способность к труду тем сильнее, чем «технологичнее» взаимосвязи работников со средствами производства ($C$), чем более развита система разделения и кооперации труда ($C \leftrightarrow B$). Таким образом, критерий эффективности управления персоналом на предприятиях сферы сервиса можно представить в виде целевой функции:

$$(З + П) \rightarrow \min,$$

где $З$ – расходы на разработку и функционирование процесса управления персоналом, определяемые через приведенные затраты;

$П$ – потери из-за недостатков в процессе управления персоналом, обусловленные несоответствием между уровнем развития персонала и средств производства, потери из-за недостатков в организации управления персоналом.

Потери в процессе управления персоналом могут быть двух видов:

- во-первых, если увеличение объемов производства продукции и оказания услуг опережает рост использования трудового потенциала персонала предприятия, то часть накопленных средств производства остается недоиспользованной ($\Delta C$), что приводит к снижению фондоотдачи;

- во-вторых, при росте отдачи от трудового потенциала персонала в большей мере, чем увеличение объемов производства продукции и оказания услуг, обнаруживается недоиспользование ресурсов живого труда ($\Delta B$) с точки зрения либо его эффективности, либо целесообразности дальнейшего использования [3].

В итоге предприятие будет значительно ослабленным, что приведет к снижению его конкурентоспособности, а в условиях кризиса это может привести к негативным процессам, вплоть до банкротства.

Эффективность управления персоналом можно представить как относительный эффект или эффективность процесса управления персоналом, определяемые как отношение эффекта к затратам, расходам, обусловившим и обеспечивающим его получение. В соответствии с этим положением эффективность управления персоналом предприятий сферы сервиса определяется степенью достижения его сотрудниками своих целей. Для того чтобы процесс управления персоналом предприятия можно было охарактеризовать как эффективный, необходимо определить:

- производственное поведение для достижения стратегических целей предприятия;

- методы стимулирования сотрудников к овладению компетенциями, необходимыми для производственного поведения.

Концепция управления персоналом, ориентированная на эффективное управление, означает не только высокую эффективность производства и оказания услуг, но и социальную защищенность персонала, благоприятный морально-психологический климат, комфортные условия труда, возможности для самореализации личности. Это означает высокое качество жизни.

Эффективность управления персоналом можно рассмотреть с позиции психологических критериев, то есть удовлетворенности окружением и трудом, мотивации персонала, авторитета руководителя, самооценки персонала, а также с позиции непсихологических критериев, то есть действительности, нововведения, прибыльности. Используя этот подход, следует рассматривать эффективность управления персоналом как достижение организационных целей (прибыльность, стабильность предприятия и его адаптируемость к возможным изменениям ситуации, углублению кризиса при оптимальных затратах на персонал) и индивидуальных целей (удовлетворенность трудом и занятость на предприятии в условиях возможного роста безработицы).

Для оценки эффективности управления персоналом предприятий сферы сервиса рекомендуется использовать модель эффективности, включающую следующие показатели:

- экономическая эффективность или реализация задач, то есть производственную деятельность и вклад в общий успех предприятия; эффективность результатов деятельности, выражаемая через прибыль, рентабельность, производительность, рост оборота, качество удовлетворения спроса; материальная эффективность производственного процесса, выражаемая через наличие жалоб на качество обслуживания, рекламации, своевременность поставок, качество оказания услуг; нематериальная эффективность производства, выражаемая точностью и временем решения проблемы, готовностью к изменениям, снятие неуверенности, определенность цели, точность и своевременность информации;

- социальная эффективность или восприятие труда, выраженное удовлетворенностью трудом, низкой текучестью персонала и потерями рабочего времени, или участие в труде, выраженное групповой идентификацией, готовностью к решению общих задач и сотрудничеству.

Экономическая и социальная эффективность могут либо дополнять и усиливать друг друга, либо противоречить друг другу. Поэтому задача управления персоналом состоит в том, чтобы оптимизировать взаимоотношение экономической и социальной эффективности, а также стратегических целей предприятия сферы сервиса в условиях кризиса и выхода города из категории моногородов.

Развитие трудового потенциала персонала предприятий сферы сервиса служит предпосылкой получения дополнительного результата от производственной деятельности. Этот дополнительный результат и является источником эффекта, который может быть выражен через экономический и социальный эффект.

Применительно к управлению персоналом предприятия сферы сервиса экономическая эффективность достигается посредством:

- определенного результата деятельности с помощью специально подобранного, обученного и мотивированного персонала, сформированного в результате реализации выбранной концепции управления персоналом. Это направление характеризуется производительностью труда персонала, стоимостью затрат труда, объемом продукции приходящимся на рубль затрат на рабочую силу, издержками предприятия на персонал;

- достижения целей, поставленных перед управлением персоналом, с минимальными затратами средств. Это направление реализуется через эффективность концепции управления персоналом, подготовку и переподготовку персонала, повышение квалификации, через эффективность работ, направленных на сокращение сроков адаптации персонала, сокращение численности персонала, повышение уровня образования, улучшение состояния здоровья и др.;

- выбора наиболее эффективных методов управления, обеспечивающих эффективность самого процесса управления. Это направление реализуется с помощью прогрессивности системы управления, уровня технической оснащенности управленческого труда, квалификации работников, оперативности руководства, оценки рациональности существующей организационной структуры управления персоналом.

Обеспечение социальной эффективности управления персоналом предприятий сферы сервиса должно быть нацелено на мотивацию персонала посредством реализации механизма социальной защиты, социального и медицинского страхования, выбора форм предоставления социальных льгот, услуг и их выплаты, а также избирательности в предоставлении льгот и услуг, дифференциации размеров выплат по категориям персонала. Факторами, оказывающими влияние на величину выплат, являются размер предприятия, его финансово-экономическое положение, форма собственности и др.

Представленная методология отражает основные уровни оценки эффективности использования и управления персоналом на предприятиях сферы услуг в современных условиях и доказывает возможность и необходимость повышения качества жизни работников.

*Библиографический список*

1. Егорова Е. Н. Коммерческая деятельность : учеб. пособие / Е. Н. Егорова, Е. Ю. Логинова. – М. : Эксмо, 2010. – 322 с.

2. Ковалишина Г. В. Системный подход в оценке эффективности управления // Бизнес-реинжиниринг. – 2009. – 32 с.

3. Кукина С. Д. Стратегические аспекты формирования качества жизни с позиции эффективности работы персонала. Современное предпринимательство: социально-экономическое измерение / В. И. Копытов, Н. И. Усенко, В. В. Янов и др. ; под общ. ред. проф. О. И. Кирикова. Кн. 9. – Воронеж : Воронежский госпедуниверситет, 2005.

***S. D. Kukina****
**Kukina Svetlana, Ph.D. in Economics, Associate Professor of*
*Volga Region State University of Service, Togliatti*
sv-d-kuk@mail.ru

**METHODOLOGICAL APPROACH TO PERSONNEL EFFICIENCY ASSESSMENT IN SERVICE SPHERE COMPANIES IN MODERN CONDITIONS**

*Key words: personnel, personnel management, service sphere, efficiency.*

*The article considers methodological aspects and practical experience of implementing the evaluation methods of personnel management effectiveness in modern Togliatti.*

*© Кукина С. Д., 2011*

УДК 331.1
***Ю. С. Логинова****
**Логинова Юлианна Сергеевна, аспирант*
*Самарский государственный технический университет, г. Самара*
lana5000000@rambler.ru

# АТТЕСТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Ключевые слова: оценка персонала, система оценки труда, аттестация, функции аттестации, этапы процедуры аттестации персонала.*

*Анализируется процедура аттестации труда персонала отечественных промышленных предприятий. Рассматриваются результаты проведенных российскими экономистами исследований по проблемам, связанным с системой оценки труда. Приводятся различные подходы к аттестации труда персонала, ее важнейшие функции и основные этапы.*

В ведущих зарубежных странах формальные системы оценок применяют 75% организаций. Следует отметить, что в последние годы у крупных российских предприятий появились дополнительные основания для организации систематических процедур оценки персонала. Система оценки персонала является базовым элементом для многих процессов в кадровой работе. Если оценке персонала руководство уделило должное внимание, то у организации появляются хорошие шансы правильно координировать работу по управлению человеческими ресурсами. В данном случае появляется возможность не только оценить степень развития у сотрудников профессиональных качеств, но и выделить их потенциальные возможности, спланировать деловую карьеру и направления профессионального роста.

Для получения достоверных результатов оценки необходимо, чтобы персонал был оценен:

1) достоверно – то есть оцениваться должен реальный уровень владения знаниями и навыками;

2) объективно – то есть независимо от частного мнения;

3) надежно – свободно от влияния ситуативных факторов (прошлых успехов и неудач, настроения);

3) комплексно – должен оцениваться не только каждый из членов организации, но и отношения внутри организации;

4) с возможностью прогноза – то есть оценка должна давать сведения о том, к каким видам деятельности данный человек способен [1].

Аттестация персонала – это кадровое мероприятие, призванное оценить соответствие уровня труда и потенциала личности требованиям выполняемой деятельности. Главное ее назначение не контроль исполнения, а повышение уровня профессиональной отдачи работника.

Исследование, проведенное одним из российских экономистов, показало, что многие предприятия стали практиковать использование так называемого временного персонала, который привлекается в пиковые периоды и может быть уволен по истечении срока договора. В данном случае оценка эффективности деятельности временных работников позволяет решить вопрос о целесообразности их перевода на постоянную основу [3].

По результатам данного исследования, формальные системы оценок персонала практикует лишь каждая вторая организация (53%). Однако даже среди практикующих организаций не существует однозначного отношения к формальным оценкам персонала. Отрицательное отношение к аттестациям высказывают преимущественно эксперты из числа представителей промышленных предприятий. Можно предположить, что подобное отношение определяется тем, что эти предприятия имеют возможность оперативного контроля над качеством продукции (например, службы технического контроля). Подобный контроль является своеобразным рычагом воздействия на деятельность персонала, прежде всего рабочих, и заменяет в некотором роде формальные системы оценки. Еще одним минусом с точки зрения экспертов является стрессогенность в трудовом коллективе, которую создают мероприятия оценочного характера.

Руководствуясь целями аттестации, нужно говорить о ее составных, а именно: оценке труда и оценке персонала.

Оценка труда направлена на сопоставление качества, содержания и объема фактического труда с ожидаемым результатом, который представлен в технологических планах, картах и программах предприятия. Оценка труда дает возможность оценить качество, количество и интенсивность труда.

При проведении аттестации руководителей необходимо не только давать оценку труда каждого из них, но и создавать особые процедуры оценки труда руководимого им подразделения. Важным является привлечение и использование информации от смежных подразделений организации, а также внешних партнеров, с которыми это подразделение работает.

Оценка персонала позволяет понять уровень подготовленности работника к выполнению того вида деятельности, которым он занимается, а также его реальных возможностей для оценки перспективы роста.

Практика управления показывает, что корпорации используют в большинстве случаев одновременно оба вида оценки деятельности, то есть оценку труда и оценку качеств, влияющих на достижение результата. Аттестационные процедуры предусматривают индивидуальное обсуждение итогов оценки с подчиненным, который удостоверяет это подписью, а также может зафиксировать несогласие с выводами начальника и особые обстоятельства, повлиявшие на результаты труда [1].

Оценочная форма включает два раздела, в каждом из которых от руководства с балльной оценкой обычно требуют развернутые обоснования. Аттестация проводится в несколько этапов: подготовка, сама аттестация и подведение итогов.

Первым этапом является подготовка кадровой службы, которая включает:

1) разработку принципов и методик проведения процедуры аттестации;

2) издание нормативно-правовых документов по проведению аттестации, например приказ, список аттестационной комиссии, методика проведения аттестации, план проведения аттестации, инструкция по хранению персональной информации;

3) разработку специальной программы по подготовке аттестационных мероприятий;

4) подготовку формы, бланков аттестации.

Второй этап – это проведение аттестации, которое включает подэтапы:

1) руководство и аттестуемые самостоятельно по разработанной структуре готовят отчеты;

2) аттестуемые заполняют оценочные формы;

3) анализируют результаты;

4) проводят заседания аттестационной комиссии.

Заключительным этапом является подведение итогов:

1) анализ информации и организация доступа к персональной информации;

2) подготовка мероприятий по работе с персоналом;

3) подтверждение итогов аттестации.

Анализ результатов аттестации включает:

1) оценку персонала;

2) оценку труда;

3) обработку данных;

4) собеседование по итогам аттестации.

Оценка труда – это выявление работников, удовлетворяющих стандартам труда, не удовлетворяющих стандартам труда или существенно превышающих стандарты труда.

Оценка персонала предполагает оценку перспектив эффективной деятельности, диагностику уровня развития профессионально важных качеств, выявление сотрудников с отклоняющимися от стандартов качествами, сопоставление индивидуальных результатов со стандартными.

Эксперты выделяют следующие наиболее позитивные функции аттестации:

1. Стимулирующая к производительному и качественному труду. Результаты аттестаций, как правило, влияют на внутриорганизационную мобильность (повышение и понижение в должности; смена разряда и категории; увольнение). При этом изменение социального статуса часто предполагает изменения в финансово-экономическом состоянии работника. Подобная зависимость существует не всегда. Случаи, когда повышение квалификации по результатам аттестации не приводит к увеличению заработной платы, вероятно, можно отнести к категории морально стимулирующих мероприятий. Некоторые предприятия практикуют обратное и оставляют сотрудника в прежней должности, но повышают ему заработную

плату, причем уровень заработной платы в данном случае может превосходить уровень заработной платы сотрудника, находящегося на более высокой должности. По мнению экспертов, подобная ситуация создается сознательно и должна дать понять «вышестоящему» сотруднику, что его «обогнали» в профессиональном плане и если он не приложит дополнительные усилия, то при следующей аттестации может лишиться своей должности.

Формальные оценки персонала с точки зрения их стимулирующей функции наиболее актуальны для предприятий (структурных подразделений), практикующих повременную оплату труда. Данная форма оплаты труда предполагает систему прогрессирующих окладов, когда размер заработной платы увязывается с уровнем квалификации работника. Условием же эффективности данной системы является периодичность подтверждения работником уровня своей квалификации, осуществление которого возможно через аттестацию.

2. Профессионально развивающая функция: реальные перспективы изменения социального статуса по результатам формальных оценок являются эффективным стимулом к профессиональному развитию сотрудников.

3. Дисциплинирующая функция. Очевидно, что аттестация способна обеспечить положительные сдвиги в организации лишь при соблюдении определенных принципов, важнейшими из которых в теории управления персоналом являются:

а) информированность о критериях оценки;

б) информированность о значении оценки (аттестации);

в) регулярность.

Низкий уровень вертикальных коммуникаций на отечественных предприятиях подтвержден многочисленными исследованиями экономистов и менеджеров, в том числе и результатами исследований автора. Аттестационная деятельность большинства предприятий не соответствует принципу регулярности. Как показали исследования, лишь каждая пятая организация (19%) проводит аттестацию персонала один раз в год, а 56% предприятий проводят аттестацию реже одного раза в год. Сложно однозначно утверждать о том, что аттестации, которые проводятся чаще одного раза в год, имеют исключительно положительные последствия. С одной стороны, безусловен их стимулирующий эффект (как подтверждение – высокая эффективность предприятий, практикующих формальные оценки персонала с высокой периодичностью), с другой стороны, очевидна и высокая стрессогенность оценочных мероприятий, проводимых с такой частотой [4].

Исследование выявило также дифференциацию в подходах некоторых предприятий к аттестации. Формальные оценки варьируются, во-первых, в зависимости от стажа работы сотрудника, в частности стаж работы может влиять на периодичность прохождения оценочных мероприятий. Например, для всех сотрудников аттестация может проводиться 1 раз в год, а для «новичков» – в течение года 1 раз в 3 месяца. Во-вторых, в зависимости от социального статуса работника. Например, в некоторых промышленных организациях для руководителей всех категорий аттестация является обязательной, для рядового же персонала подобная процедура обязательна только при наличии определенных нарушений.

*Библиографический список*

1. Петров М. И. Безопасность персонала. – М. : ООО «Журнал «Управление персоналом», 2006. – 240 с.

2. Татарников А. А. Управление кадрами в корпорациях: США, Япония, Германия. – М., 1992.

3. Шкаратан О. И., Карачаровский В. В. Русская трудовая и управленческая культура // Мир России. – 2002. – № 1.

4. Дырин С. П. Российская модель управления персоналом в условиях промышленного предприятия. – СПб. : Питер, 2006. – 224 с.

5. Смирнова И. И. Отбираем кандидатов с помощью проективных вопросов // Кадровое дело. – 2004. – № 9.

***Yu. S. Loginova****
**Loginova Yulianna, graduate student of*
*Samara State Technical University, Samara*
lana5000000@rambler.ru

**ASSESSMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES PERSONNEL**

*Key words: personnel assessment, performance evaluation system, assessment, assessment functions, stages of personnel assessment.*

*The article examines the process of personnel assessment in domestic industrial enterprises. The author considers the results of researches, carried out by Russian economists on the issues of job evaluation system. The work features various approaches to personnel assessment, its essential functions and basic stages.*

*© Логинова Ю. С., 2011*

## ИНВЕСТИЦИИ И ИННОВАЦИИ

УДК 338.242
***В. А. Остроухова****
**Остроухова Валентина Александровна, аспирант*
*Волжский университет имени В. Н. Татищева, г. Тольятти*
ostrouhova.valentina@mail.ru

# ВЛИЯНИЕ ОПЕРАЦИОННЫХ ЗАТРАТ НА ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

*Ключевые слова: операционные затраты, инвестиционная деятельность, показатели эффективности инвестиционной деятельности предприятия химической промышленности.*

*Проведено исследование влияния операционных затрат на показатели эффективности инвестиционной деятельности предприятия химической промышленности и разработаны основные рекомендации, направленные на формирование оптимальной структуры операционных затрат, а также увеличение чистого дохода от реализации инвестиционной деятельности.*

В современных условиях хозяйствования основной целью предприятий химической промышленности является оптимальное увеличение рыночной стоимости его активов за счет получения максимальной прибыли на вложенный капитал. В рыночной экономике получение прибыли выступает движущим мотивом инвестиционной деятельности, которая является ключевой для развития предприятий химической промышленности. Необходимым условием экономического роста предприятий химической промышленности является наращивание объема производства и повышение эффективности инвестиций в приобретение новых основных средств и модернизацию действующих производств. В соответствии с Федеральным законом РФ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» № 39-ФЗ от 25 февраля 1999 г. под инвестиционной деятельностью понимается вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта. Инвестиционная деятельность направлена на решение стратегических задач развития предприятия химической промышленности и создание необходимых для этого условий. Инвестиционная деятельность тесно связана с операционной деятельностью. В то же время при осуществлении операционной деятельности формируются финансовые предпосылки для реализации инвестиционной деятельности [1]. Одной из главных проблем управления инвестиционной деятельностью предприятия химической промышленности является обеспечение максимального уровня доходности на вложенный капитал. Проблема актуальна, поскольку инвестиционная деятельность предприятий химической промышленности направлена на реализацию новых проектов, получение прибыли, рост собственного капитала, снижение зависимости предприятия от заемных средств. Основной целью решения данной проблемы является проведение исследования влияния операционных затрат на показатели эффективности инвестиционной деятельности предприятия химической промышленности и разработка основных рекомендаций, направленных на формирование оптимальной структуры операционных затрат, а также увеличение чистого дохода от реализации инвестиционной деятельности. Достижение поставленной цели осуществляется путем постановки и решения логических взаимосвязанных задач, последовательно раскрывающих тему данной статьи: проведение анализа операционных затрат за предшествующий период деятельности предприятия, выявление основных проблем; оценка и анализ выручки от продажи основных видов продукции; исследование влияния состава и структуры операционных затрат на показатели эффективности инвестиционной деятельности предприятия; разработка рекомендаций, направленных на рост показателей экономической эффективности инвестиционной деятельности. Теоретической и

методической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых по вопросам влияния состава и структуры операционных затрат на показатели эффективности инвестиционной деятельности предприятий химической промышленности. Законодательно-информационную базу исследования составили нормативно-правовые акты по вопросам организации инвестиционной деятельности предприятий химической промышленности, данные информационной сети Интернет, а также данные бухгалтерской (финансовой) отчетности предприятия химической промышленности. Теоретическая и практическая значимость результатов исследования заключается в том, что основные положения и выводы могут быть использованы при реализации управленческих решений в инвестиционной деятельности предприятий химической промышленности, а также могут быть взяты за основу при разработке стратегии развития предприятий химической промышленности в условиях меняющейся рыночной среды.

В процессе управления инвестиционной деятельностью необходимо обеспечить оптимальную величину состава и структуры операционных затрат, направленных на разработку и реализацию новых инвестиционных проектов. Формирование оптимальной структуры операционных затрат при реализации инвестиционных проектов позволит повысить эффективность инновационной и инвестиционной деятельности предприятия. Общая сумма операционных затрат на производство и продажу продукции представляет собой полную себестоимость продукции. Себестоимость проданной продукции является неотъемлемым элементом экономического обоснования инвестиционных решений предприятия химической промышленности и отражает эффективность использования ресурсов, результаты внедрения инноваций, совершенствования системы организации и управления производством. Себестоимость является важнейшим показателем экономической эффективности производства продукции, и от ее уровня зависят финансовые результаты, финансовое состояние, перспективы расширения деятельности предприятия [2].

В табл. 1 приведены оценка и анализ состава, структуры и динамики полной себестоимости основных видов продукции предприятия химической промышленности за 2008–2010 гг. Для анализа себестоимости основных видов продукции используются фактические калькуляционные данные. Анализируемое предприятие является одним из ведущих предприятий российской химической промышленности и выпускает пять основных видов продукции, в том числе капролактам, полиамид, нити, корд, азотные удобрения, аммиак и пр.

*Таблица 1*

***Оценка и анализ состава, структуры и динамики полной себестоимости основных видов продукции предприятия химической промышленности за 2008-2010 гг.***

| Статьи затрат | 2008 г. | | 2009 г. | | 2010 г. | | Структурные отклонения, % | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | абс., млн руб. | % к итогу | абс., млн руб. | % к итогу | абс., млн руб. | % к итогу | 2009 г. – 2008 г. | 2010 г. – 2009 г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8=5-3 | 9=7-5 |
| 1. Сырье и материалы | 7391,42 | 53,32 | 7695,38 | 50,66 | 7104,67 | 47,99 | -2,66 | -2,67 |
| 2. Приобретенные комплектующие изделия и полуфабрикаты, % | 1150,79 | 8,31 | 1676,67 | 11,03 | 1077,99 | 7,28 | 2,72 | -3,75 |
| 3. Работы и услуги производственного характера, выполненные сторонними организациями, расходы на воду | 1697,07 | 12,25 | 1655,41 | 10,9 | 2259,633 | 15,26 | -1,35 | 4,36 |
| 4. Топливо | 45,75 | 0,34 | 62,27 | 0,41 | 41,46 | 0,28 | 0,07 | -0,13 |
| 5. Энергия | 1387,88 | 10,02 | 1722,23 | 11,34 | 1889,44 | 12,76 | 1,32 | 1,42 |
| 6. Затраты на оплату труда | 1087,014 | 7,85 | 1304,59 | 8,59 | 1285,30 | 8,68 | 0,74 | 0,09 |
| 7. Отчисления на социальные нужды | 238,48 | 1,73 | 271,85 | 1,79 | 266,54 | 1,8 | 0,06 | 0,01 |
| 8. Амортизация основных средств | 323,05 | 2,34 | 484,47 | 3,19 | 577,49 | 3,9 | 0,85 | 0,71 |
| 9. Арендная плата | 79,03 | 0,58 | 88,09 | 0,58 | 108,10 | 0,73 | 0 | 0,15 |
| 10. Налоги, включаемые в себестоимость | 56,85 | 0,42 | 53,16 | 0,35 | 69,60 | 0,47 | -0,07 | 0,12 |

*Продолжение табл. 1*

| Статьи затрат | 2008 г. | | 2009 г. | | 2010 г. | | Структурные отклонения, % | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | абс., млн руб. | % к итогу | абс., млн руб. | % к итогу | абс., млн руб. | % к итогу | 2009 г. – 2008 г. | 2010 г. – 2009 г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8=5-3 | 9=7-5 |
| 11. Амортизация по нематериальным активам | 2,77 | 0,03 | 3,037 | 0,02 | 2,96 | 0,02 | 0,01 | 0 |
| 12. Вознаграждения за рационализаторские предложения | 8,32 | 0,06 | 6,07 | 0,04 | 5,92 | 0,04 | -0,02 | 0 |
| 13. Обязательные страховые платежи | 8,32 | 0,06 | 10,63 | 0,07 | 103,65 | 0,07 | 0,01 | 0 |
| 14. Предствительские расходы | 1,39 | 0,01 | 1,52 | 0,01 | 1,48 | 0,01 | 0 | 0 |
| 15. Прочие расходы | 371,58 | 2,68 | 154,91 | 1,02 | 105,13 | 0,71 | -1,66 | -0,31 |
| 16. Итого затраты на производство и продажу продукции (полная себестоимость) | 13 864,97 | 100 | 15187,26 | 100 | 14807,56 | 100 | 0 | 0 |

Как видно из данных аналитической таблицы, за все три года деятельности предприятия наблюдается положительная тенденция сокращения доли статьи затрат «сырье и материалы» в общей структуре полной себестоимости основных видов продукции, и на конец 2010 г. она составляет 47,98%. Рациональное использование сырья и материалов в производстве анализируемого предприятия одно из важнейших условий снижения себестоимости выпускаемой продукции и роста эффективности производства. Поскольку предприятие повышает качество выпускаемой продукции и применяет научно обоснованные нормы сырья и материалов, а также уделяет большое внимание модернизации и техническому перевооружению производственного комплекса, это, в свою очередь, обеспечивает предприятию дополнительный запас финансовой прочности в условиях растущих цен на сырьевые ресурсы и энергоносители. На конец анализируемого периода (2010 г.) наблюдается положительная тенденция снижения доли статьи затрат «приобретенные комплектующие изделия и полуфабрикаты» в общей структуре полной себестоимости основных видов продукции на 3,76% за счет экономии транспортных расходов на доставку полуфабрикатов и комплектующих, привлечения более дешевых поставщиков комплектующих изделий. Динамика доли статьи затрат «прочие расходы» в общей структуре полной себестоимости основных видов продукции также имеет положительную тенденцию. Доля статьи «прочие расходы» сокращается на 1,66% в 2009 г. по сравнению с 2008 г. и на 0,31% в 2010 г. по сравнению с 2009 г. За весь анализируемый период удельный вес статей: «топливо», «отчисления на социальные нужды», «арендная плата», «амортизация по нематериальным активам», «вознаграждения за рационализаторские предложения», «представительские расходы» в общей структуре полной себестоимости основных видов продукции практически не изменился. Однако необходимо отметить, что за последние три года в деятельности предприятия химической промышленности наблюдается отрицательная тенденция роста удельного веса следующих статей затрат в общей структуре полной себестоимости основных видов продукции: 1) удельный вес статьи «работы и услуги производственного характера, выполненные сторонними организациями» увеличился на 4,36% в 2010 г. по сравнению с 2009 г.; 2) удельный вес статьи «энергия» вырос на 1,42% в 2010 г. по сравнению с 2009 г. – в результате роста тарифов на электроэнергию; 3) удельный вес статьи «затраты на оплату труда» увеличился на 0,75% в 2009 г. по сравнению с 2008 г., на 0,09% в 2010 г. по сравнению с 2009 г.; 4) удельный вес статьи «амортизация основных средств» увеличился на 0,86% в 2009 г. по сравнению с 2008 г., на 0,71% в 2010 г. по сравнению с 2009 г. за счет приобретения новых основных средств; 5) «налоги, включаемые в себестоимость» выросли на 0,12% в 2010 г. по сравнению с 2009 г. В работе рассмотрена структура полной себестоимости основных пяти видов продуктов предприятия химической промышленности за три года работы хозяйствующего субъекта (табл. 2).

*Таблица 2*

***Динамика полной себестоимости отдельных видов продукции предприятия химической промышленности в общем составе затрат на производство и продажу продукции и выручки от продажи, 2008–2010 гг.***

| Наименование продукта | Себестоимость основных видов продукции, 2008 г. | | | Себестоимость основных видов продукции, 2009 г. | | | Себестоимость основных видов продукции, 2010 г. | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | % к итогу | % в выручке | млн руб. | % к итогу | % в выручке | млн руб. | % к итогу | % в выручке | млн руб. |
| 1. Капролактам | 34 | 27,38 | 4714,03 | 24 | 18,98 | 3644,88 | 27 | 24,92 | 3997,73 |
| 2. Полиамид, нити, корд | 25 | 20,14 | 3466,27 | 24 | 18,98 | 3644,88 | 37 | 34,16 | 5478,96 |
| 3. Удобрения | 33 | 26,58 | 4575,47 | 42 | 33,22 | 6378,54 | 29 | 26,77 | 4294,33 |
| 4. Аммиак | 2 | 1,61 | 277,29 | 4 | 3,16 | 607,48 | 1 | 0,92 | 148,08 |
| 5. Прочее | 6 | 4,83 | 831,90 | 6 | 4,74 | 911,48 | 6 | 5,54 | 888,48 |
| 6. Итого | 100 | 80,54 | 13864,97 | 100 | 79,08 | 15187,26 | 100 | 92,31 | 14807,56 |

Как видно из данных табл. 2, в 2008 г. наибольший удельный вес в общей структуре полной себестоимости основных видов продукции составляет капролактам – 34%, или 4714,03 млн руб., на конец анализируемого периода удельный вес капролактама уменьшилась на 7% и составил 3997,72 млн руб., что объясняется целенаправленной работой предприятия по оптимизации норм расхода сырья и материалов, реконструкцией и модернизацией действующего производственного оборудования и приобретением новых основных средств с высокой производственной мощностью. Удельный вес второго вида продукции «полиамид, нити, корд» в 2008 г. в общей структуре полной себестоимости основных видов продукции составил 25% или 3466,27 млн руб., а на конец анализируемого периода (2010 г.) возрос на 12% и составил 5478,96 млн руб. Это, связано с завершением в 2010 г. крупномасштабного инвестиционного проекта по строительству 4-й очереди полиамида-6, реализация которого обеспечила максимальные производственные мощности по выпуску данного вида продукции. Удельный вес продукта «азотные удобрения» в общей структуре полной себестоимости основных видов продукции на конец анализируемого периода (2010 г.) составил 29%, или 4294,32 млн руб., что на 4% меньше, чем в 2008 г. Структура продукта «аммиак» и «прочие» в общем составе полной себестоимости основных видов продукции предприятия практически не изменилась. Поскольку полная себестоимость продукции, т. е. операционные затраты, является основой для формирования оптовой цены на продукцию предприятия, а также выручки и прибыли, она представляет собой неотъемлемый элемент экономического обоснования управленческих и инвестиционных решений хозяйствующего субъекта. В работе проведены оценка и анализ выручки от продажи основных видов продукции за три года деятельности предприятия. Предприятие осуществляет продажу всех видов продукции по двум направлениям: экспорт и внутренний рынок. Экспортные поставки произведенной продукции осуществляются предприятием в страны Северо- и Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока, Западной Европы и СНГ. Динамика выручки от продажи основных видов продукции за три последних года работы предприятия химической промышленности представлена на рис. 1. По итогам 2008 года выручка от продажи продукции составила 17212 млн руб., поскольку конъюнктура мирового рынка в первой половине 2008 г. была благоприятной для производителей капролактама и продуктов его дальнейшей переработки, цены на эти виды продуктов были высокими ввиду высокой цены на нефть, а также углеводородное сырье. Рынок азотных удобрений характеризовался стабильным ростом цен. Улучшение финансовых показателей в 2008 г. обусловлено стабилизацией цен на сырье, благоприятной конъюнктурой рынка продуктов, выпускаемых предприятием. Кроме того, в результате проводимой политики реконструкции и модернизации произошло наращивание объемов производимой и проданной продукции, снижение удельных расходов материальных ресурсов. Однако во второй половине 2008 г. из-за мирового экономического кризиса и снижения цен на нефть, углеводородное сырье произошло сокращение спроса на капролактам и его производные, что негативно повлияло на финансовые результаты пред-

приятия. В 2009 году, несмотря на вынужденное снижение производства из-за последствий мирового экономического кризиса, предприятию удалось в рамках комплексной программы развития реализовать ряд важнейших инвестиционных проектов, направленных на расширение мощностей действующих производств, применение инновационных технологий, которые и обеспечили рост выручки от продажи продукции на 11,5% по отношению к 2008 г., и к концу года выручка составила 19200 млн руб. Последствия мирового финансового кризиса негативно отразились и на результатах работы предприятия в 2010 г. Так, выручка от продажи продукции на конец 2010 г. сократилась на 3162 млн руб., или 16,5%, и соответственно составила 16038 млн руб. [3].

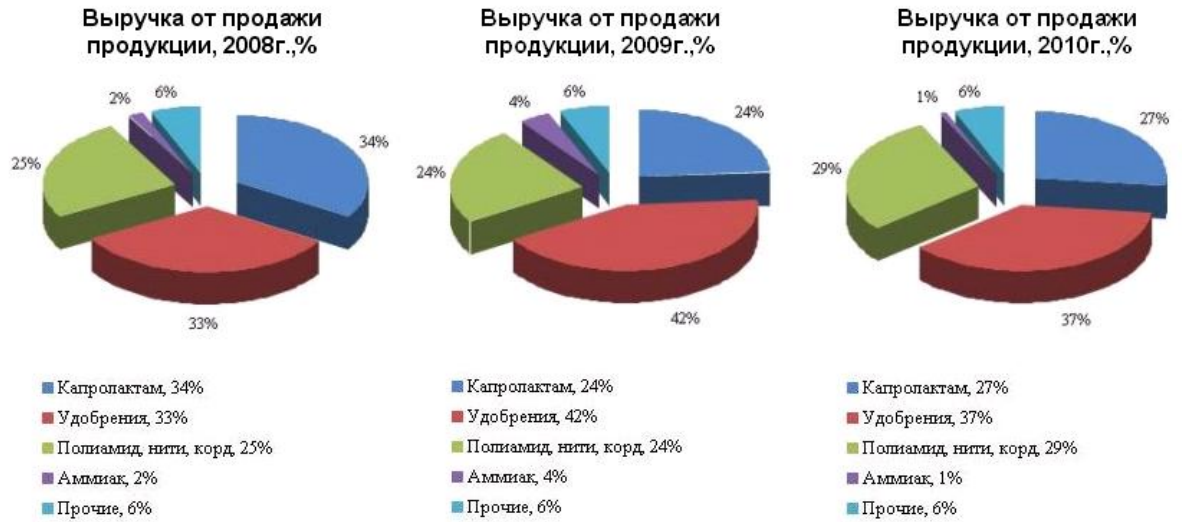



***Рис. 1.*** *Состав и структура выручки от продажи продукции по продуктам, 2008–2010 гг.*

Как видно из рис. 1, в 2008 г. удельный вес первого вида продукта «капролактам» в общем составе выручки от продажи продукции составил 34%, а концу анализируемого периода (2010 г.) сократился на 7% и составил 27%, это прежде всего связано с увеличением собственной переработки на предприятии данного продукта. Доля второго вида продукта «полиамид, нити, корд» в 2008 г. в общем составе выручки от продажи продукции составила 25%, к концу анализируемого периода наблюдается положительная тенденция роста на 4%, что объясняется расширением ассортимента данного вида продукта и увеличением его продаж на внутреннем рынке. За весь анализируемый период наблюдается увеличение удельного веса продукта «удобрения» в общем составе выручки от продажи продукции, это связано с возрастанием спроса на данный продукт как на внешнем, так и на внутреннем рынке. Увеличение потребления удобрений в мире обусловлено необходимостью обеспечения продовольственной безопасности растущего населения ввиду неблагоприятных погодных условий, неурожая во многих ключевых сельскохозяйственных регионах, а также отвлечения ресурсов на производство биотоплива. Удельный вес продуктов «аммиак» и «прочие» в общем составе выручки от продажи продукции практически не изменился [3].

Для реализации новых инвестиционных проектов и обеспечения эффективной деятельности предприятия химической промышленности, а также для увеличения таких базовых экономических показателей, как выручка от продажи продукции, прибыль от продаж, чистая прибыль, необходимо осуществлять инвестиции, которые, в свою очередь, являются важнейшим условием решения стратегических и тактических задач, направленных на развитие предприятия. Практическое осуществление инвестиций обеспечивается инвестиционной деятельностью предприятия, которая является одним из самостоятельных видов его хозяйственной деятельности и важнейшей формой реализации экономических интересов хозяйствующего субъекта. Инвестиционная деятельность предприятия является главной формой обеспечения роста операционной деятельности предприятия химической промышленности. Основной стратегической задачей пред-

приятия является развитие операционной деятельности и обеспечение условий возрастания прибыли от продаж [2]. Основу инвестиционной деятельности предприятия химической промышленности составляет реальное инвестирование, которое реализуется через инвестиционные проекты. Анализируемое предприятие химической промышленности реализует различные инвестиционные проекты, связанные с основным видом деятельности: капролактам и продукты его переработки (полиамид-6, высокопрочные технические нити, кордная ткань, инженерные пластики); аммиак и азотные удобрения. Специфика реального инвестирования и его форм предопределяет определенные особенности управления ими на предприятии химической промышленности. Управление реальными инвестициями предприятия представляет собой систему принципов и методов подготовки, оценки и реализации наиболее эффективных реальных инвестиционных проектов, направленную на обеспечение достижения инвестиционных целей и задач. В системе управления реальными инвестициями оценка и анализ эффективности инвестиционных проектов представляет собой один из наиболее ответственных этапов, поскольку от объективной и всесторонней оценки и анализа зависят сроки возврата вложенного капитала, варианты его использования, дополнительно генерируемый приток прибыли предприятия в предстоящем периоде. Оценку эффективности реальных инвестиционных проектов осуществляют на основе методики ЮНИДО [2]. Основные методы оценки эффективности инвестиционных проектов включают в себя: метод чистого дисконтированного дохода, который основан на сопоставлении общей суммы чистых денежных поступлений, генерируемых в течение периода реализации проекта с величиной предшествующих и последующих инвестиций; метод дисконтирования чистых потоков денежных средств позволяет учитывать фактор времени, приводить будущую стоимость денежных потоков к настоящей стоимости; метод индекса рентабельности основан на определении зоны прибыли (или убытка), показывает эффективность реализации проектов, а также определяет критическую точку объема производства при реализации инвестиционных проектов; метод определения срока окупаемости инвестиций направлен на определение периода возврата капитальных вложений, рассчитывается в первую очередь с целью получения абсолютно ликвидных средств от реализации инвестиционных проектов; метод определения внутренней нормы доходности проекта показывает верхний предел затрат предприятия при реализации инвестиционных проектов за счет собственных средств, а также верхний предел банковской процентной ставки при реализации инвестиционных проектов за счет заемного капитала.

В данной работе проведена оценка и анализ влияния операционных затрат на основные показатели эффективности инвестиционной деятельности предприятия химической промышленности за фактический и планируемый период (табл. 3). Рост показателей эффективности от реализации инвестиционных проектов основан на экономии и оптимизации затрат на производство и продажу продукции, направлен на увеличение собственного капитала предприятия, необходимого для обеспечения экономического роста и развития организации. Оптимизация состава и структуры затрат на производство и продажу продукции обеспечит рост основных показателей эффективности инвестиционной деятельности предприятия химической промышленности на долгосрочную перспективу.

*Таблица 3*

***Сравнительный анализ влияния операционных затрат на показатели эффективности инвестиционной деятельности предприятия химической промышленности за фактический и планируемый период***

| Наименование показателя | Фактический период | | | Планируемый период | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2008 г. | 2009 г. | 2010 г. | 2011 г. | 2012 г. | 2013 г. |
| 1. Выручка от продажи продукции, млн руб. | 17212 | 19200 | 16038 | 20160 | 21120 | 22080 |
| 2. Себестоимость полная, млн руб. | 13864 | 15187 | 14807 | 15120 | 15417,6 | 15456 |
| 2.1.Удельный вес полной себестоимости в выручке от продажи продукции, % | 81 | 79 | 92 | 75 | 73 | 70 |
| 3. Прибыль от продаж продукции, млн руб. | 3348 | 4013 | 1231 | 5040 | 5702,4 | 6624 |
| 4. Прибыль до н/обложения | 2682,60 | 3199,00 | 288,00 | 4226,00 | 4888,40 | 5810,00 |
| 5. Прибыль чистая, млн руб. | 2038,78 | 2431,24 | 230,40 | 3380,80 | 3910,72 | 4648,00 |

*Продолжение табл. 3*

| Наименование показателя | Фактический период | | | Планируемый период | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2008 г. | 2009 г. | 2010 г. | 2011 г. | 2012 г. | 2013 г. |
| 6. Чистый приток реальных денег, млн руб. | 2362,78 | 2906,24 | 815,40 | 3965,80 | 4495,72 | 5233,00 |
| 7. Рентабельность продаж, % | 19,45 | 20,9 | 7,68 | 25 | 27 | 30 |
| 8. Коэффициент дисконтирования | 0,83717 | 0,82713 | 0,928678 | 0,8000 | 0,787402 | 0,769231 |
| 9. Чистый дисконтированный приток реальных денег, млн руб. | 1978,046 | 2403,838 | 757,2437 | 3172,64 | 3539,937 | 4025,385 |
| 10. Суммарный чистый дисконтированный приток реальных денег, млн руб. | 5139,127612 | | | 10737,96162 | | |
| 11. Инвестиции по годам, млн руб. | 1655,962 | 1988,286 | 703,2352 | 2538,112 | 2787,352 | 3096,45 |
| 12. Суммарные инвестиции, млн руб. | | | 4347,483 | | | 8421,914 |
| 13. Индекс рентабельности | 1,1945 | 1,209 | 1,0768 | 1,25 | 1,27 | 1,3 |
| 14. Чистый дисконтированный доход по годам, млн руб. | 322,0845 | 415,5518 | 54,00846 | 634,528 | 752,585 | 928,9349 |
| 15. Суммарный чистый дисконтированный доход, млн руб. | 791,6447747 | | | 2316,047944 | | |
| 16. Срок окупаемости по годам, лет | 0,83717 | 0,82713 | 0,928678 | 0,8 | 0,787402 | 0,769231 |
| 17. Срок окупаемости за весь период реализации инвестиционных проектов, лет | 2,6 | | | 2,36 | | |

Анализируемое предприятие за период 2008–2010 гг. проводило активную инвестиционную политику, которая была направлена на техническое перевооружение и внедрение новейших технологий в производственный процесс, что позволило предприятию улучшить качество продукции, увеличить производственные мощности, повысить безопасность производства, уменьшить операционные затраты. За период с 2008-го по 2010 г. инвестиции, направленные на реализацию новых инвестиционных проектов предприятия, составили 4347,48 млн руб. Основным источником финансирования проектов являются собственные средства и долгосрочные обязательства.

Как показал анализ данных табл. 3, к концу 2010 г. наблюдается негативная тенденция увеличения удельного веса себестоимости в выручке от продажи продукции на 11% по сравнению с 2008 г. и на 13% по сравнению с 2009 г., что свидетельствует о росте затрат на производство и продажу продукции. Также к концу 2010 г. произошло сокращение чистой прибыли на 1808,38 млн руб. (88%) по сравнению с 2008 г., на 2200,84 млн руб. (90,5%) по сравнению с 2009 г., что, в свою очередь, обусловило снижение чистого притока реальных денег к концу 2010 г. до 815,4 млн руб., это на 2090,84 млн руб. меньше значения данного показателя 2009 г. и на 1547,38 млн меньше значения данного показателя в 2008 г. На конец 2010 г. произошло сокращение индекса рентабельности на 11,45% по сравнению с 2008 г. К концу 2010 г. наблюдается снижение чистого дисконтированного дохода на 362 млн руб. по сравнению с 2009 г. и на 268 млн руб. по сравнению с 2008 г. За период с 2008-го по 2010 г. суммарный чистый дисконтированный доход составил 791,7 млн руб. Срок окупаемости инвестиций за период с 2008-го по 2010 г. составил 2,6 года. Таким образом, можно сделать вывод, что за фактический период рост операционных затрат в общем составе выручки от продажи продукции негативно повлиял на показатели эффективности инвестиционной деятельности. На основе оценки и анализа влияния операционных затрат на показатели эффективности инвестиционной деятельности предприятия химической промышленности выявлены следующие проблемы: 1) сокращение выручки от продажи продукции на конец анализируемого периода (2010г.) за счет падения спроса на внешнем рынке из-за последствий мирового экономического кризиса; 2) увеличение доли затрат на производство и продажу продукции в общем составе выручки от продажи продукции; 3) снижение основных показателей финансовых результатов; 4) снижение индекса рентабельности за счет сокращения прибыли от продаж; 5) невыполнение на предприятии «золотого правила» экономики; 6) снижение чистого дисконтированного дохода к концу 2010 г.; 7) увеличение срока окупаемости капитальных вложений к концу 2010 г. В работе с целью решения обозначенных проблем предложены в планируемом периоде

основные мероприятия, реализация которых позволит, во-первых, поскольку предприятие выпускает дефицитную продукцию, которая пользуется стабильным спросом на внутреннем и внешнем рынках, то частичное увеличение цен на продукцию приведет к увеличению выручки от продажи основных видов продукции; кроме того, анализируемое предприятие химической промышленности в последние годы постоянно наращивало производственные мощности действующих производств и вводило новые инновационные технологии, возможно увеличение объема производства по всем основным видам продукции, что положительно повлияет на расширение ассортимента продукции предприятия, а также на увеличение выручки от продажи продукции в последующие периоды; реализация продаж основных видов продукции за счет расширения внутреннего рынка продаж также позволит существенно увеличить выручку от продажи продукции, так, в планируемом периоде наблюдается положительная тенденция роста выручки от продажи продукции на 37,7% по отношению к базовому 2010 г. за счет частичного увеличения цены и объема продаж на внутреннем рынке; во-вторых, необходимо обеспечить оптимальную величину затрат на производство и продажу продукции за счет: реализации организационно-технических мероприятий и рационализаторских конструкторских предложений, которые способствуют экономии сырья, материалов, комплектующих изделий, энергии и других ресурсов; организации тендеров на альтернативную поставку материалов, комплектующих и запчастей, на транспортные услуги по доставке с последующим заключением договоров на оптимально выгодных условиях в позиционировании «цена/качество»; страхования от роста цен на комплектующие изделия путем заключения договоров с фиксированной ценой (на оговоренный объем поставок за определенный период); сокращения норм страхового запаса и норматива в незавершенном производстве с использованием непрерывного мониторинга состояния запасов; а также реализации других инноваций, направленных на снижение полной себестоимости новых инвестиционных проектов; в планируемом периоде наблюдается положительная тенденция снижения удельного веса полной себестоимости в общем составе выручки от продажи продукции и концу 2013 г., его значение составит 70%; в-третьих, реализация предложенных мероприятий, направленных на повышение выручки от продажи продукции и оптимизацию затрат, позволит обеспечить рост финансовых результатов предприятия, так, в планируемом периоде прибыль от продаж соответственно увеличится на 5393 млн руб. по сравнению с 2010 г., прибыль до налогообложения увеличится на 5522 млн руб. по сравнению с 2010 г., а чистая прибыль в 2013 г. составит 4648 млн руб., что на 4417,6 млн руб. больше, чем в 2010 г.; в-четвертых, с целью роста рентабельности продаж в планируемом периоде обеспечивается следующее соотношение: 1) темп роста прибыли больше темпа роста выручки, что свидетельствует об оптимальной структуре затрат на производство и продажу продукции; 2) темп роста выручки больше темпа роста валюты баланса, что свидетельствует об эффективном использовании имущества предприятия; 3) темп роста валюты баланса планируемого периода больше темпа роста валюты баланса фактического периода; выполнение «золотого правила» экономики на анализируемом предприятии в планируемом периоде обеспечит рост основных показателей экономической эффективности инвестиционной деятельности. Так, в планируемом периоде произойдет увеличение чистого дисконтированного дохода до 2316,05 млн руб., что на 1524,4 млн руб., или на 293%, больше его фактического значения. Инвестиции окупятся в течение 2,36 года, что на 0,24 года, или на 10%, меньше, чем за фактический период.

Сравнительный анализ влияния операционных затрат на показатели эффективности инвестиционной деятельности предприятия химической промышленности за фактический и планируемый период позволяет сделать вывод о том, что в основе повышения показателей эффективности инвестиционных проектов лежит фактор оптимизации операционных затрат, сокращения их удельного веса в общем составе выручке от продажи продукции.

*Библиографический список*

1. Бланк И. А. Основы инвестиционного менеджмента : в 2 т. Т. 2. – 3-е изд., стер. – М. : Изд-во «Омега-Л», 2008. – 560 с.

2. Макарова В. И. Инновационно-инвестиционный механизм управления предприятием в условиях рыночных отношений. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2004. – 276 с.

3. Интернет-ресурсы: www.kuazot.ru

***V. A. Ostroukhova****

**Ostroukhova Valentina, graduate student of*
*Volga Region University of Tatishchev, Togliatti*
ostrouhova.valentina@mail.ru

**INFLUENCE OF OPERATING COSTS ON PERFORMANCE INDICATORS OF CHEMICAL COMPANIES' INVESTMENT**

*Key words: operating costs, investment activity, performance indicators of chemical companies' investment.*

*The article deals with the influence of operating costs on performance indicators of chemical companies' investment. The author has developed certain recommendations aimed at creating the optimal structure of operating costs, as well as increasing the net income from investment activity.*

*© Остроухова В. А., 2011*

УДК 338.984
***Н. Н. Сергеев****
**Сергеев Николай Никифорович, ассистент*
*Филиал ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»,*
*г. Воткинск, Удмуртская Республика*
sergeev-11@mail.ru

# ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

*Ключевые слова: энергосбережение, энергетическая эффективность, инновации, генеральная цель энергосбережения, промышленное предприятие.*

*Энергосбережение рассматривается как составляющая часть инновационного развития предприятия. Представлена методика выбора альтернативных проектов энергосбережения с учетом их влияния на инновационный потенциал промышленного предприятия.*

Одним из определяющих условий снижения издержек на промышленных предприятиях и повышения экономической эффективности производства является системная модернизация производственного процесса с одновременным осуществлением энергосберегающих мероприятий. Для этих целей необходимо разрабатывать и реализовывать именно такие мероприятия, которые своим результатом имеют повышение одновременно нескольких показателей деятельности организации. Иными словами, важным и необходимым видится реализация мероприятий технологического энергосбережения, последствиями которых может стать модернизация производственного цикла, улучшение качества продукции и т. д.

Важным аспектом реализации политики энергосбережения на промышленных предприятиях является внедрение инноваций в области повышения энергоэффективности. Таковыми можно считать разработку мероприятий и программы мер, направленных на повышение энергетической эффективности промышленных предприятий, с комплексным использованием современного оборудования и соответствующей организацией производственного процесса.

В таком случае целесообразным является реализация энергосберегающих мероприятий программно-целевым методом. Применение такого подхода позволит выявить наиболее привлекательный проект с точки зрения реализации инновационного потенциала энергосбережения [1].

В ходе проведенного исследования нами была выявлена генеральная цель энергосбережения на промышленном предприятии – повышение рентабельности предприятия за счет модернизации производственного процесса и последующего повышения качества продукции, достижимой за счет получения дополнительной прибыли посредством снижения полной себестоимости продукции в части ее энергетической составляющей. Исходя из предложенной генеральной цели необходимо сформировать совокупность энергосберегающих мероприятий, которые результатом своим ставят не только снижение расчетного потребления энергоресурсов, но и улучшение параметров поставленной цели.

Для этого необходимо выработать алгоритм выбора альтернативных вариантов проектов энергосбережения. При обосновании энергосберегающих мероприятий используются различные подходы. Так, например, в качестве количественной характеристики эффективности энергосберегающих мероприятий используется индекс энергоемкости продукции:

$$Iэ = \frac{E_{ср}}{E_{Б}}, \qquad (1)$$

где $Iэ$ – индекс энергоемкости продукции;

$E_{ср}$ – средняя прогнозная энергоемкость;

$E_{б}$ – базовая энергоемкость.

Чем ниже будет индекс энергоемкости продукции в результате реализации конкретного энергосберегающего мероприятия, тем более приоритетным его следует признать.

$$\Delta Iэ = Iэ_2 - Iэ_1, \qquad (2)$$

где $Iэ_1$ – индекс энергоемкости продукции до внедрения энергосберегающих мероприятий;

$Iэ_2$ – индекс энергоемкости продукции после внедрения мероприятий.

Однако при таком подходе не учитывается влияние энергосберегающего мероприятия на генеральную цель концепции энергосбережения предприятия, то есть такой под-

ход может выявить наиболее приоритетным экономически неэффективное мероприятие с позиции выбранной генеральной цели. В связи с этим существующие подходы в выборе приоритетных мероприятий не отвечают необходимым требованиям.

Исходя из этого необходимо сформировать критерии ранжирования энергосберегающих мероприятий, которые позволят выявить приоритетные направления энергосбережения с учетом их влияния на генеральную цель энергетической политики предприятия, а также оптимизировать последовательность реализации энергосберегающих мер.

Прежде чем перейти к моделированию энергосбережения, необходимо определить перечень энергосберегающих мероприятий, которые влияют не только на снижение энергопотребления, но и на повышение качества продукции и модернизацию производственного процесса. К таким мероприятиям прежде всего относится технологическое энергосбережение, непосредственно связанное с внедрением инноваций и модернизацией оборудования. Для машиностроительного предприятия примером технологического энергосбережения могут быть следующие мероприятия:

- локализация термических и химико-термических операций;
- внедрение пневматических приводов управления оборудованием;
- изменение технологических процессов изготовления продукции с сокращением операций;
- изменение техпроцесса термической обработки заготовок из штампованной стали;
- внедрение техпроцесса литья заготовок методом высокоскоростной направленной кристаллизации;
- внедрение автоматизированной системы регулирования производительности насосов за счет использования частотно-регулируемых преобразователей;
- внедрение устройств плавного запуска электродвигателей оборудования;
- снизить металлоемкость отливок для снижения затрат на плавку материала;
- удаление из технологического процесса устаревшего оборудования.

Экономический эффект от реализации комплекса приведенных энергосберегающих мероприятий, обособленных в отдельный энергосберегающий проект, можно определить как совокупность нескольких составляющих:

1) сокращение потребления энергетических ресурсов ($\Delta Iэ$);

2) увеличение расчетного коэффициента модернизации;

3) снижение коэффициента дефектности выпускаемой продукции.

Данную совокупность можно выразить следующей формулой:

$$ЭТЭ = \Delta Iэ + K_{мод} + \Delta D \quad (3)$$

где $ЭТЭ$ – расчетный экономический эффект технологического энергосбережения от внедрения энергосберегающих мероприятий на промышленных предприятиях;

$\Delta Iэ$ – высвобождение потребления энергетических ресурсов в результате реализации программы энергосбережения;

$Кмод$ – коэффициент модернизации;

$\Delta D$ – изменение коэффициента дефектности продукции после внедрения энергосберегающих мероприятий.

По нашему мнению, для обоснования энергосберегающего мероприятия можно использовать те же методики, что и при обосновании инвестиционных проектов, но с некоторыми изменениями и привязкой к выбранной генеральной цели энергосбережения. Исходя из этого приоритетным будет считаться проект с наилучшими инвестиционными показателями (NPV, IRR), а также с наибольшим комплексным показателем экономического эффекта технологического энергосбережения:

$$ЭТЭ = \Delta Iэ + K_{мод} + \Delta D \to \max$$

Динамика показателей энергосберегающих проектов может быть установлена исходя из характеристики отдельного мероприятия (месяц, квартал, год). Стоимость реализации проекта определяется как сумма всех необходимых для внедрения инвестиций:

$$C = \sum_{i=1}^{n} Ct, \quad (4)$$

где $C$ – стоимость реализации мероприятия, тыс. руб.;

$Ct$ – затраты на каждый из видов детальности по реализации мероприятия, тыс. руб.

Срок окупаемости энергосберегающего мероприятия можно определить по следующей формуле:

$$PP = \frac{\mathrm{Re}v - I}{I}, \quad (5)$$

где $Rev$ – сумма чистой прибыли и амортизационных отчислений от реализации мероприятий, тыс. руб.;

$I$ – объем необходимых для реализации мероприятий инвестиций, тыс. руб.

Вутренняя норма рентабельности рассчитывается исходя из следующего отношения:

$$\sum_{t=1}^{n}\frac{CFt}{(1+IRR)^t}-I=0, \qquad (6)$$

где $I$ – начальные инвестиции;

$CFt$ – чистый денежный поток периода $t$;

$n$ – длительность проекта в периодах;

$IRR$ – внутренняя норма рентабельности.

Чистый дисконтированный доход определяется по формуле:

$$NPV=\sum_{t=1}^{n}\frac{CFt}{(1+r)^t}, \qquad (7)$$

где $r$ – ставка дисконтирования.

Чистый денежный поток предприятия состоит из нескольких составляющих. Учитывая это, формулу чистого дисконтированного дохода можно представить в следующем виде:

$$NPV=\sum_{t=1}^{n}\frac{Д^t сп+Д^t нп+Д^t эс+Д^t ов+Ш^t-И^t эт-И^t нп-И^t эс}{(1+r)^t}, \qquad (8)$$

где *Дtсп* – дополнительный доход предприятия от снижения объема потребления *ТЭР* на этапе *t*; *Дtнп* – доходы предприятия от продажи новой продукции со сниженной энергоемкостью на этапе *t*; *Дtэс* – снижение затрат предприятия в связи с использованием энергетического аудита на этапе *t*; *Дtов* – финансовые ресурсы, получаемые предприятием от органов власти на финансирование мероприятий в области энергосбережения; *Шt* – снижение штрафов за нанесение ущерба окружающей природной среде; *Итэт* – затраты, связанные с внедрением энергосберегающих технологий и (или) оборудования на этапе *t*; *Итнп* – затраты по организации производства новой продукции с низкой энергоемкостью на этапе *t*; *Итэс* – затраты по обучению сотрудников в области энергетического аудита (или затраты на аутсорсинг в области энергетического аудита); *T* – период реализации проекта; *r* – ставка дисконтирования.

Если *NPV* больше 0, то инвестиции в энергосбережение экономически эффективны, а если ЧДД меньше 0, то инвестиции экономически невыгодны.

Коэффициент модернизации определяют как отношение числа модернизированных единиц оборудования к общему числу оборудования данного вида.

Кроме коэффициента модернизации можно также определить коэффициент обновления (ввода) основных фондов, определяющего удельный вес новых основных фондов в составе всех основных фондов:

$$K_{обн}=\frac{C_{ввод}}{C_{кон}}\cdot 100, \qquad (9)$$

где $C_{ввод}$ – первоначальная стоимость вновь введенных основных фондов за анализируемый период, тыс. руб.;

$C_{кон}$ – стоимость основных фондов на конец того же периода, тыс. руб.

Для определения коэффициента дефектности берется выборка из единиц продукции, и в ней подсчитывают все дефекты, разбитые заранее на несколько видов. Для каждого вида дефекта устанавливается коэффициент весомости *Ri*, где *i* =1, 2, ..., *a*.

Коэффициент *Ri* может быть определен экспертным методом или по стоимости устранения дефекта данного вида. Коэффициент дефектности (*D*) вычисляют по формуле:

$$D=\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{a}m_i\cdot r_i, \qquad (10)$$

где *mi* – число дефектов каждого вида в выборке.

После определения основных характеристик проекта необходимо определить необходимые инвестиции и источники финансирования. Данные целесообразно внести в таблицу.

Далее рассчитывается коэффициент эффективности проекта:

$$K_{ер}=\frac{R_{ер}}{C_{ер}}, \qquad (11)$$

где $R_{ер}$ – доход от реализации проекта, тыс. руб.;

$C_{ер}$ – расходы на реализацию проекта, тыс. руб.

Данный коэффициент отражает отдачу каждого вложенного рубля в энергосберегающий проект промышленного предприятия. По итогам проведенного анализа необходимо составить сводную форму, описывающую реализацию каждого из предложенных вариантов проекта.

Из предложенных вариантов необходимо выбрать энергосберегающий проект с оп-

тимальными показателями. Кроме того, необходимо учитывать динамику показателей генеральной цели энергосбережения – изменение коэффициентов модернизации и дефектности продукции.

Таким образом, энергосберегающие мероприятия, внедряемые на промышленных предприятиях, должны не только снижать потребление энергетических ресурсов, но и быть направлены на повышение экономических показателей деятельности предприятия. Это позволит повысить качество выпускаемой продукции и сделать промышленные предприятия конкурентоспособными.

*Библиографический список*

1. Сергеев Н. Н. Проектный подход в реализации политики энергосбережения на промышленном предприятии // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия Экономика. – 2011. – № 1. – С. 72–76.

***N. N. Sergeyev****
**Sergeyev Nicholay, assistant of*
*Branch of Udmurt State University,*
*Votkinsk, the Udmurt Republic*
sergeev-11@mail.ru

**INNOVATIVE COMPONENT OF INCREASING ENERGY EFFICIENCY OF INDUSTRY**

*Key words: energy saving, energy efficiency, innovation, general purpose of energy saving, industrial enterprise.*

*Energy efficiency is regarded as integral part of innovative development of the company. The article features methodology of selecting alternative projects of energy saving, taking into account their impact on innovative potential of industrial enterprise.*

*© Сергеев Н. Н., 2011*

## ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 004.4:331.108
***Л. С. Верещагина****
**Верещагина Людмила Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент*
*Саратовский государственный социально-экономический университет, г. Саратов*
miladosk@gmail.com

# О СУЩНОСТИ РЕЗЕРВОВ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

*Ключевые слова: резервы развития организационно-экономического механизма управления промышленным предприятием, факторы производства.*

*Представлен процесс формирования теоретических знаний о резервах и факторах развития организационно-экономического механизма управления промышленным предприятием, проводится сравнительный анализ подходов российских ученых-экономистов к определению содержания и природы данной экономической категории.*

Принято считать, что проблема резервов наиболее полно освещена в трудах ученых-экономистов советского периода. И это справедливо. Анализ экономической литературы советского периода и современной по проблеме резервов развития организационно-экономического механизма промышленного предприятия показал отсутствие единого понимания сущности экономической категории «резервы». Экономическую категорию «резервы» исследовали в своих трудах С. Г. Струмилин, Н. А. Вознесенский, Г. А. Пруденский, А. Х. Бенуни, Я. Б. Кваша, П. Д. Половинкина, М. К. Шерменева, Б. Л. Бенцман, В. М. Ларин, И. М. Герман, М. Е. Кунявский, С. Н. Семенов, В. И. Долгий, Л. Е. Сыркин-Шкловский, Н. С. Яшин и др.

В справочной экономической литературе представлено следующее определение резервов производства:

Во-первых, резерв рассматривается как (фр. reserve – запас, лат. reserve – сберегаю, сохраняю) запас чего-либо (товаров, денежных средств, иностранной валюты и т. п.) на случай надобности, источник, из которого черпаются специально сохраняемые ресурсы на случай острой необходимости их использования.

Во-вторых, резервы – это внутренние возможности лучшего использования ресурсов предприятий, позволяющие улучшать их результаты деятельности без дополнительных средств из внешних источников и собственных резервных фондов [7].

Эти два подхода формируют две концепции организации использования резервов. С одной стороны, предполагается планомерная деятельность по созданию резервных фондов и их вовлечение в определенный момент времени в производство, а с другой стороны – реализация неиспользованных возможностей предприятий. Ряд авторов полагают, что бездействующие ресурсы должны выявляться и учитываться при составлении плановых заданий, обеспечивая дополнительный выпуск продукции или повышение ее качества. При этом авторы используют термин «резервы» для обозначения ресурсов, обеспечивающих гарантированный ход производства, а также неиспользуемых или используемых неэффективно ресурсов.

Множество теоретических исследований посвящено резервам как неиспользованным возможностям повышения эффективности производства. При этом традиционно вся совокупность взглядов на сущность экономической категории «резервы» подразделяется на группы: отождествляющих новые резервы и потери, разграничивающих данные понятия, придерживающихся двойственной позиции: с точки зрения Б. П. Плышевского, «потерять можно то, что произведено». Например, при неполной загрузке оборудования имеют место не потери, а снижение эффективности применения ресурсов, сами же ресурсы не утрачиваются. Существуют, таким образом, резервы, не совпадающие с потерями в прямом смысле этого

термина. По типу их можно отнести к резервам, связанным с нерациональным использованием ресурсов, в т. ч. чрезмерным запасам сырья, материалов и топлива.

В целом мы согласны с необходимостью выделения потерь (неэффективно использующегося потенциала/ресурсов) и новых резервов, полагая, что недостаточно эффективно используемые ресурсы также будут являться потерями производительности, несмотря на то что сами ресурсы при этом не утрачены (например, активная часть основных фондов, рабочая сила, чрезмерные запасы сырья, материалов). Поскольку время необратимо, то данные бездействующие ресурсы все же в настоящий момент времени будут являться потерями. Для руководства промышленного предприятия важно вскрыть случаи неэффективно используемых средств производства, рабочей силы и пр. и не допустить возникновения подобных «потерь» впредь.

В то же время полагаем, что в теоретических исследованиях российских ученых-экономистов, посвященных проблеме резервов производства, акцентируется внимание на иных вопросах. Анализ теоретических положений, посвященных проблеме формирования, выявления, оценки, использования резервов производства, показал, что все многообразие подходов к их определению можно разделить на следующие группы: во-первых, резервы – это сами недостаточно эффективно используемые ресурсы предприятий (то есть потери), во-вторых, резервы – это новые возможности, предоставляемые научно-техническим прогрессом, передовым опытом, рынком. Например, значительная группа советских ученых исследовала резервы (не сами потери ресурсов, неэффективное управление и пр.) как неиспользованные возможности роста на основе внедрения достижения науки, передового опыта.

О. П. Яковлева полагает, что «производственные резервы – это ресурсы, неиспользуемые в период времени между моментом их производства и моментом их потребления или между выбытием из производственного процесса и вводом в него, а также в период, когда ресурсы введены в производственный процесс, но не участвуют в создании продукции. Любые временные паузы, в течение которых из производственного процесса выбывают по тем или иным причинам полностью или частично материальные, технические и трудовые ресурсы, всегда сопровождаются образованием резервов» [1]. Данный автор полагает, что резервы находятся в составе ресурсов, возникают самопроизвольно в связи с несоответствием их параметров друг другу, а также виду и объему выпускаемой продукции. Целью же выявления и использования резервов является экономия, обеспечивающая дополнительный выпуск продукции или наращивание резервных фондов. В целом же О. П. Яковлева объединяет понятия «резервы» и «потери», полагая, что не используемые на предприятии ресурсы и есть резервы. Внедрение же достижений научно-технического прогресса по тем или иным направлениям требует дополнительных капиталовложений и не обеспечивает ликвидацию временно неиспользуемых ресурсов. Между тем резервы могут образовываться и во временные паузы, в течение которых в производственный процесс вводятся дополнительные и принципиально новые ресурсы (например, происходит подготовка к отработке новой технологии печати в обойном производстве, в результате чего не используются оборудование, предметы труда, рабочая сила и пр.). Так, Л. Е. Сыркин-Шкловский отмечает одинаковую природу резервов и потерь, так как и те и другие являются потерями при использовании производственной мощности.

Данная точка зрения прослеживается и в литературе по анализу хозяйственной деятельности: «реализация резервов повышения эффективности производства заключается в наиболее полном и рациональном использовании потенциала в целях увеличения выпуска продукции при наименьших затратах живого и овеществленного труда». Резервы как неиспользуемый или недостаточно используемый потенциал предприятий рассматривают и некоторые зарубежные ученые-экономисты.

На наш взгляд, резервами являются неиспользуемые возможности устранения потерь, улучшения организации и функционирования системы управления, в том числе в виде достижений НТП, передового опыта, возможностей рынка и пр.

Анализ публикаций по данной проблеме выявил достаточно высокую распространенность первой/второй точек зрения. Ее придерживаются такие российские ученые-экономисты, как А. А. Аракелян, В. И. Вокк, С. И. Полякова, Л. Е. Сыркин-Шкловский, Э. В. Фигурнов, О. Г. Жуйкова, Н. А. Сквор-

цова, Н. Н. Скворцов, Л. Н. Омельченко, К. Б. Лейкина, О. П. Яковлева, Г. А. Пруденский, Е. М. Пригожин и др. Причем последний, в целом признавая различную природу новых резервов и возможностей повышения эффективности использования имеющихся ресурсов (устранения потерь), свою работу «Производственный план машиностроительного предприятия: теория и практика разработки напряженных и оптимальных планов» посвятил в основном исследованию неиспользуемых возможностей вовлечения в производственный процесс нерационально используемых факторов производства.

Е. М. Пригожин полагал, что внутрипроизводственные резервы представляют собой возможности более полного и эффективного использования выделенных и учитываемых в планах ресурсов. Основной критерий оценки работы – достижение наивысшего уровня использования ресурсов по сравнению с нормативами [6].

Н. Н. Скворцов, Л. Н. Омельченко связывают резервы с неполным использованием ресурсов предприятия и с имеющимися диспропорциями между ними. «Резервы – это неиспользованные возможности повышения результатов производства исходя из наличия трудовых, материальных, финансовых ресурсов» [9].

Следует согласиться с точкой зрения о невозможности отождествления данных двух экономических категорий, различных по природе. В противном случае – чем больше потерь в производстве, тем большими возможностями оно располагает, ликвидация всех потерь обеспечит полное использование резервов. Целосменные и внутридневные простои оборудования, опоздания на работу, удлиненные обеденные перерывы, перекуры, прогулы наносят большой ущерб эффективности производства.

Исходя из различных условий возникновения потерь их следует классифицировать как неизбежные и случайные (предотвратимые). Необходимо определять оптимальный размер неизбежных потерь и вырабатывать механизм учета их в плановых расчетах полезного фонда рабочего времени оборудования.

Третья группа ученых, например Б. Л. Бенцман, В. М. Ларин, И. М. Герман, Л. Е. Стариков, Е. Е. Бороненкова, И. П. Цимбалов и др., также разграничивают понятия «резервы как возможности устранения потерь» и «резервы как новые неиспользованные возможности», различные по своей экономической природе. Они в исследованиях преимущественно акцентируют внимание на новых возможностях научно-технического прогресса, передового опыта.

На приоритетность изучения и использования новых резервов указывает Саратовский ученый И. П. Цымбалов. Он занял достаточно традиционную позицию в данном вопросе, полагая, что «резервы производства – это возможности дальнейшего ускоренного развития производства, повышения его уровня, более полного и рационального использования наличных ресурсов на основе планомерного внедрения достижений науки, техники и передового опыта». Далее автор делает вывод, что «более полное использование ресурсов» в большей степени указывает на поиск недостатков, устранение потерь. Между тем необходимо стремиться всячески улучшать данные ресурсы исходя из достижений науки, техники, передового опыта. Важнейшей целью выявления и использования новых резервов, по его мнению, является экономия труда, материалов, топлива, энергии, лучшее использование средств труда [10].

Интересное определение резервов предлагает Ф. Е. Поклонский. Резервы представляют собой специфическое проявление отношений между индивидуумами по поводу реализации потенциальных возможностей общественного производства, отношений между людьми, направленных на развитие производительных сил. Резервы – это потенциальные возможности роста общественного производства. Основная их направленность состоит в экономии труда: как с меньшими затратами живого и овеществленного труда произвести большее количество продукта. В широком понимании данной экономической категории можно согласиться с вышеизложенной точкой зрения ученого-экономиста, который предлагает анализировать неиспользованные возможности кардинального улучшения производительных сил.

Новые изобретения или научные открытия, более прогрессивные методы производства и реализации также обеспечивают снижение издержек, рост товарооборота, прибыли. По мнению Б. Л. Бенцмана, В. М. Ларина, И. М. Германа, создаваемые научно-техническим и производственным прогрес-

сом возможности повышения эффективности существуют в двух видах: это, во-первых, научные идеи, открытия, изобретения, которые еще не могут быть непосредственно использованы в производстве. Во-вторых, возможности существуют в виде материализованных научных идей, открытий, изобретений, рацпредложений и т. д., которые еще полностью не используются в производстве.

Для осуществления крупных мероприятий по реализации резервов научно-технического прогресса подчас требуются немалые капиталовложения в отличие от резервов, порождаемых организационными недостатками. В условиях рынка организационно-экономический механизм промышленного предприятия должен постоянно совершенствоваться на основе достижений науки. Новые методы, передовой опыт, изобретения, рационализаторские предложения должны быть своевременно и эффективно использованы.

Разграничение резервов научно-технического прогресса, передового опыта и резервов улучшения использования имеющихся ресурсов может быть осуществлено по признаку необходимости капиталовложений. Реализация первой группы резервов невозможна без значительных инвестиций, неиспользуемые возможности ликвидация потерь и нерациональных затрат часто не требует подобных расходов. Между тем применение технико-технологических достижений также может обеспечить эффективное использование имеющихся ресурсов.

Ликвидация потерь рабочего времени, потерь от брака, от неритмичной работы представляет результат реализации резервов, связанных с улучшением организации производства и управления, экономии и т. п. Развитие организационно-экономического механизма предприятия предполагает неустанную борьбу с потерями на стадиях производства и обращения.

Реализация резервов научно-технического прогресса и существующих у предприятия возможностей ликвидации потерь тесно взаимосвязаны. Использование достижений современной техники и передового опыта является важнейшим методом ликвидации таких потерь, которые при более низком уровне техники неустранимы. Неправильное применение достижений научно-технического прогресса может вызвать потери как в системе производства, так и в системе сбыта, например отторжение нововведений персоналом, перепроизводство продукции, недоиспользование имеющегося в наличии потенциала материальных ресурсов, несоответствие квалификации персонала техническому уровню средств и предметов труда. В свою очередь, реализация резервов улучшения использования ресурсов будет обеспечивать более оперативное, безболезненное и качественное внедрение достижений научно-технического прогресса и устойчивое развитие на этой основе организационно-экономического механизма предприятия.

Четвертая точка зрения, на наш взгляд, заключается в том, что ряд ученых-экономистов, в целом разграничивая возможности устранения потерь и новые резервы развития как категории различные по своей природе, полагают, что и неиспользованные возможности устранения потерь, и новые резервы в равной степени заслуживают пристального внимания, осуществления мероприятий по выявлению, оценке, скорейшему использованию для достижения экономии затрат и развития организационно-экономического механизма предприятий.

На равную степень значимости резервов рационального использования ресурсов, организационно-экономического характера и резервов как достижений научно-технического прогресса, передового опыта указывают такие ученые-экономисты, как Э. А. Гончарова, Р. З. Акбердин, Ю. Д. Решетников [8] и др.

«Под резервами понимаются неиспользованные реальные возможности роста производительности труда» [5]. «Под резервами подразумевают неиспользованные возможности улучшения технико-экономических показателей работы предприятия» [3]. В данных определениях говорится о неиспользованных возможностях улучшения различных показателей деятельности предприятия, подразумевая использование для этой цели как возможностей организационной, психологической, экономической подсистем, так и новых резервов научно-технического прогресса, передового опыта.

На наш взгляд, сущность организационно-экономического механизма управления промышленным предприятием в настоящее время означает совокупность подразделений, форм и методов согласования деятельности и обеспечения его эффективного функционирования. Что касается содержания резервов развития организационно-экономического

механизма управления промышленным предприятием, то он включает в себя неиспользованные возможности ликвидации потерь, нерациональных затрат, а также неиспользованные возможности, воспроизводящихся под воздействием научно-технического прогресса, передового опыта, рынка, для качественного улучшения и преобразования видов деятельности и функциональных сфер, организационной структуры управления, хозяйственных связей, методов управления, рычагов и стимулов.

По мнению Б. Л. Бенцмана, В. М. Ларина, И. М. Германа, «создаваемые научно-техническим и производственным прогрессом возможности повышения эффективности существуют в двух видах: это, во-первых, научные идеи, открытия, изобретения, которые еще не могут быть непосредственно использованы в производстве и системе управления. Во-вторых, возможности существуют в виде материализованных научных идей, открытий, изобретений, рацпредложений и т. д.» [2].

Разграничение резервов научно-технического прогресса, передового опыта и резервов улучшения использования имеющихся ресурсов может быть осуществлено по признаку необходимости капиталовложений.

*Библиографический список*

1. Бенцман Б. Л., Ларин В. М., Герман И. М. Резервы, качество, эффективность. – М. : Приволжское кн. изд-во, 1974. – С. 8.

2. Бушуев Н. А. Эволюция научных подходов об управлении интегрированными промышленными организациями // Вестник СГСЭУ. – 2005. – № 11 (5). Ч. 2.

3. Глаголев С. Н. Сущность организационно-экономического механизма адаптации промышленных предприятий // Вестник СГСЭУ. – 2009. – № 1 (25).

4. Долгий В. И., Бондаренко О. И. Разработка модели исследования стратегии развития кадрового потенциала на региональном уровне // Вестник СГСЭУ. – 2009. – № 2 (26).

5. Лапина Н. В. Сущность резервов качества продукции и их классификация // Вестник СГСЭУ. – 2005. – № 7.

6. Пригожин Е. М. Производственный план машиностроительного предприятий: теория и практика разработки напряженных и оптимальных планов. – М. : Машиностроение, 1983. – С. 66.

7. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. – Изд. 2-е, исп. – М. : ИНФРА-М, 1998. – С. 289.

8. Решетников Ю. Д. Моделирование роста эффективности производства. – Саратов : Изд-во СГУ, 1990. – С. 43.

9. Скворцов Н. Н., Омельченко Л. Н. Диагностика резервов производства. – К. : Тэхника, 1988. – С. 8.

10. Цымбалов И. П. Комплексный план и резервы производства. – Саратов : Изд-во СГУ, 1973.

---

***L. S. Vereshchagina****

**Vereshchagina Lyudmila, Ph.D. in Economics, Associate Professor of Saratov State Socio-Economic University, Saratov*

miladosk@gmail.com

## ESSENCE OF DEVELOPMENT RESERVES OF ORGANIZATIONAL-ECONOMIC MECHANISM OF INDUSTRIAL ENTERPRISE MANAGEMENT

*Key words: development reserves of organizational-economic mechanism of industrial enterprise management, production factors.*

*The article features the process of formation of theoretical knowledge about reserves and development factors of organizational-economic mechanism of industrial enterprise management. The author has carried out comparative analysis of approaches of Russian economists to the definition of content and nature of this economic category.*

---

*© Верещагина Л. С., 2011*

УДК 331
***Н. А. Чувашов****
**Чувашов Николай Александрович, аспирант*
*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*
chudi2006@mail.ru

# ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ КАК РЕЗУЛЬТАТ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА УКЛАД РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

*Ключевые слова: уровень жизни, издержки и конкурентоспособность, инфляция, безработица, социальные программы, сохранность природных ресурсов, производительность, эффективность, рост производительности.*

*Очевидно, что увеличение производительности одна из самых важных задач, стоящих перед государством, поскольку от данного аспекта зависят показатели эффективности экономики страны в целом, так же как и от менеджеров компании зависит производительность небольшой организации.*

В уверенном и стабильном развитии компании заинтересованы не только служащие компаний и ее руководство, в этом заинтересованы как местное самоуправление, так и государство в целом. Самое интересное, что в этом заинтересован каждый человек, не имеющий абсолютного никакого отношения к компании. Это объясняется тем, что при повышении производительности увеличивается успех не только самой компании, но увеличивается и эффективность государства. Ведь при расширении производства и своих мощностей компания способна обеспечить людей новыми свободными рабочими местами, что уменьшает безработицу в стране. Пенсии и пособия в стране также увеличиваются вследствие более эффективной работы компаний, поскольку компании начинают производить больше денежных отчислений в казну государства и тем самым улучшается общая картина страны. Разумеется, одна компания не сможет показать таких результатов, которые повлияют на общую ситуацию в стране и увеличат ее показатели, но эти показатели улучшатся, если каждая компания и каждый служащий и даже каждый потребитель будут заинтересованы в повышении общих показателей страны. Так или иначе, всем участникам такого процесса следует быть заинтересованными в повышении производительности компаний и относиться к данному вопросу со всем пониманием и серьезностью, поскольку в таком случае и государство сможет гордиться своими высокими показателями.

Величина производительности – это прежде всего количественная величина, и поэтому она должна рассматриваться исключительно только во времени. Таким образом, производительность – это значимая величина, которую и рассматривать необходимо в равные промежутки времени. Следовательно, такое сравнение производительности можно применять относительно различных компаний, и тем самым по этой производительности можно проследить связь между экономическими и социальными, а также деловыми показателями страны, которые влияют на различные стороны жизни.

Уровень жизни. Уровень жизни в стране имеет прямую зависимость от производительности труда и именно поэтому может быть использован как мера производительности всей страны. Поэтому если смотреть с точки зрения производительности в какомлибо секторе экономики, то следует рассматривать все произведенные товары и услуги в этом секторе. Затраты же определяются как количество часов, которое было затрачено на работу в данном секторе. Для граждан любой страны в первую очередь наиболее важным и ключевым моментом является устойчивый и долгосрочный рост производительности как в нынешний момент времени, так и на перспективу. Производительность труда рассматривается как показатель уровня жизни страны. Изменение же производительности в какой-то промежуток времени показывает, растет уровень жизни страны или падает. Увеличение производительности означает лишь одно, что

граждане данной страны могут наслаждаться наибольшим количеством товаров и услуг. Это также означает, что цены на услуги и товары будут падать, поскольку производительность товаров будет наибольшим образом насыщать рынки, и это также предполагает, что благосостояние общества в целом будет только улучшаться. Также увеличение производительности, как правило, ведет к увеличению заработной платы людей. Но существует и обратная сторона: если рост производительности в стране будет уменьшаться по сравнению с соседними регионами или странами, это неизбежно будет влиять на снижение заработной платы рабочим. Что в дальнейшем может вызвать отток кадров в соседние страны и регионы с более высоким уровнем жизни и более высокой производительностью, что еще больше снизит производительность и уровень благосостояния населения.

Издержки и конкурентоспособность. Постоянно растущая производительность в стране дает возможность ей увеличивать свои позиции на международном рынке за счет более низких издержек, поскольку чем выше производительность в стране, тем большим количеством товаров она способна себя обеспечить, а значит, меньше будет прибегать к импорту. Это дает значительное преимущество перед конкурентами как отдельных отраслей, так и для экономики страны в целом, поскольку если отдельные компании начинают увеличивать свою производительность, то и издержки их начинают снижаться. Так и в более крупных масштабах, если производительность всех компаний страны начинает увеличиваться, то и общие издержки страны также будут снижаться.

Инфляция. Инфляция и производительность также два неразрывных понятия, поскольку если производительность страны растет и набирает свои обороты, это будет говорить лишь о том, что рост цен, то есть инфляция, будет только сокращаться или как минимум оставаться на прежнем уровне, то есть будет неизменной.

Безработица. Постоянное увеличение производительности также может привести к росту безработицы. Действительно это или нет, определить сложно. Но если это утверждение и справедливо, то только на некоторый промежуток времени. Поскольку рост производительности, как правило, влечет замену рабочих рук станками и автоматизацией производства, в результате это ведет к потере рабочими своих рабочих мест. В том утверждении, что рост производительности обязательно вызовет безработицу в долгосрочном периоде, нет прямой зависимости. Но даже если это и произойдет, скорее всего, это будет временное явление и не в длительной перспективе. Поскольку, производя определенные товары и услуги, компаниям необходимо постоянное участие и задействие умственного либо физического труда людей и их внутреннего потенциала. Поскольку на различных этапах производства, постоянно требуется труд людей, поэтому безработица, даже если она и есть, это временное явление.

Социальные программы. Растущая производительность также помогает государству выделять денежные средства на борьбу с бедностью, а также помогает различными надбавками к пенсии. Распределяет денежные средства на образование, защиту здравоохранения, а также множество различных программ, которые приносят только пользу и улучшают благосостояние общества.

Сохранение природных ресурсов. Растущая экономика страны может производить огромное количество товаров и услуг. Но прежде всего это означает увеличение использования природных ресурсов и, как следствие, отрицательное воздействие на окружающую среду. Но если количество произведенной продукции будет возрастать благодаря увеличению производительности, то, как правило, природные ресурсы начнут расходоваться меньше и отрицательное воздействие на окружающую среду также будет снижаться. Это происходит по причине того, что с ростом производительности компании начинают выделять больше денежных средств на разработку новых технологий, и вынужденно постоянно заниматься поиском альтернативных заменителей природным ресурсам, поскольку все ресурсы планеты ограничены или редки.

Во всех развитых странах перед менеджерами компаний стоит одна и та же главная задача, которая заключается в увеличении производительности рабочих сферы услуг, а также повышение интеллектуальных и умственных способностей людей, работающих в этой компании. Эта задача остается главной, поскольку от нее будет зависеть общественное устройство и качество жизни страны. Таким образом, рост производитель-

ности труда является одной из главнейших задач, которая стоит перед менеджерами, а также государственными деятелями. Повышение производительности в сфере услуг также важно как для процветания всей страны, так и для каждого сотрудника, работающего в такой компании. В любой компании сферы услуг необходимо постоянно увеличивать производительность, поскольку это наиглавнейший инструмент в работе сервисных организаций. Производительность же представляется как отношение между выпуском продукции и затратами, которые организация понесла, чтобы эту продукцию произвести или получить. Производительность – это прежде всего некий показатель, который определяет, насколько организация эффективно использует и преобразует в своей работе ресурсы в продукцию. Отдельные компании производят отдельные виды своей продукции и услуг, экономика же всей страны производит все виды услуг и все виды продукций, но непременно только те продукты, которая производит каждая компания в отдельности. Поэтому такое понятие, как производительность, следует отнести к экономике всей страны, а также к отдельной отрасли и непосредственно к отдельной компании.

Производительность. Производительность – это отношение результатов производства при выпуске продукции на конечном ее этапе по отношению ко всем затратам, которые организация понесла. Производительность измеряется и, как правило, влияет на величину потребительской стоимости. Производительность можно определить как величину потребительской стоимости, созданной в единицу времени, или же количество времени, которое было затрачено на производство одной единицы продукции. К примеру, производительность компании по производству мониторов можно определить как количество часов, которое было затрачено на их производство. На конечном этапе производства должны быть учтены только те единицы продукции, которые имеют надлежащее качество. То есть те товары или услуги, которые в какой-то степени являются бракованными или не имеющие должного качества, их в количественную величину выпуска включать не следует, поскольку иначе они будет отражать неправильные данные по производительности. Производительность в компании можно вычислять для одного какого-то конкретного ресурса, а также и для всего разнообразия ресурсов, которые так или иначе были затрачены для создания продукции. Поэтому, как правило, продукцию обычно измеряют в различных единицах, и для этого ее необходимо привести к одной общей единице измерения. Такими единицами измерения обычно служат индексы. Как правило, на практике как произведенный товар, так и ресурсы, затраченные на его производство, следует рассчитывать индексом. Это делают следующим образом, всю произведенную продукцию делят на количество часов, которое было затрачено работниками на ее изготовление. Также за единицу измерения можно брать любой другой ресурс. Так, например, производительность труда представляется как продукция, которая была произведена за один рабочий день. Но не следует производительность привязывать только к труду, поскольку для производства продукции необходим не только труд, но также и другие ресурсы. Существует такое понятие, как общая производительность, которая показывает при выпуске продукции все используемые и относящиеся к ее производству ресурсы. То есть это некое отношение всего объема производства ко всем используемым ресурсам. Поэтому такое понятие, как показатель, всегда должно содержать намного больше информации, именно по такому показателю можно определять, как будет влиять замена одного ресурса на другой. Будет ли это приводить к увеличению производительности или к ее уменьшению. Так или иначе, лишь после этого можно будет говорить об экономии одного или же другого ресурса. Такое изменение производительности часто отражает эффект его замены другим ресурсом, например капиталом. Таким образом, повышение производительности очень часто бывает связано с применением трудосберегающего оборудования, которое позволяет заменить труд вложенным капиталом.

Эффективность. Такое понятие, как эффективность, схоже с понятием производительности, но это два разных понятия. Эффективность можно определить как возможность достижения наиболее оптимального выпуска продукции, нежели было намечено предварительно. То есть эффективность позволяет наилучшим образом использовать ресурсы. С помощью эффективности можно

измерить отношение намеченных результатов производства к существующим результатам. Если существующие результаты значительно превышают намеченные цели, то компания по производству товаров или услуг стала более успешной и эффективной. Эффективность измеряется отношением результатов, полученных в результате производства или выполнения какого-то процесса, к максимально достижимым результатам при использовании тех же параметров и того же количества ресурсов. Существует и другой способ измерения эффективности. Он может быть показан как наименьшее и минимальное количество ресурсов, которое было затрачено для изготовления уже определенного и намеченного количества товаров к тому количеству, которое реально было использовано. Также эффективность можно рассматривать и с помощью таких параметров, как издержки, объем выпуска, доход и прибыль, то есть параметров, непосредственно касающихся производственных целей, и рассматривать работу экономической единицы относительно данных критериев и параметров. Таким образом, если производительность всегда выражается только положительным числом, то эффективность может быть выражена как число, которое не может быть больше единицы и, как правило, выражаемое в процентном отношении. Таким образом, понятие производительности и эффективности различны. Так, скажем, производительность различных экономических единиц можно рассматривать, только если они используют разные методы и технологии. А сравнение же эффективности имеет место только тогда, когда экономические единицы используют одинаковые ресурсы и похожие технологии, чтобы произвести однотипную продукцию.

Рост производительности. На рост производительности влияют различные факторы. Одним из факторов, который увеличивает производительность, являются новые методы и технологии, но при этом снижающие потребность в рабочих при изготовлении продукции и услуг. Поскольку новые технологии позволяют компаниям увеличивать количество произведенных товаров без увеличения использования трудовых сил. Другим фактором, влияющим на увеличение производительности как в долгосрочном, так и краткосрочном периоде, является организация производственной деятельности и управление ею. Поскольку на производственные процессы в значительной степени влияют рабочая сила и ее отношение к работе, а также готовность руководства вводить новшества и идти на риск. Также на рост производительности в наибольшей степени влияет уровень научно- технического процесса. В конкурентной среде это помогает компаниям производить новые товары и давать новые услуги, для того чтобы остаться на плаву в конкурентной борьбе, а также дает возможность увеличить и повысить свою производительность. В такой конкурентной среде компания разворачивает масштабные проекты по развитию и исследованию, а также использует ноу-хау и начинает запускать новые идеи, но при этом немало рискуя. Они делают все возможное, чтобы улучшить свою производительность и дать максимальный доход. Организации, которые стремятся постоянно увеличивать свою производительность в долгосрочном периоде, начинают уже на начальном этапе применять новые технологии и новые элементы. Это помогает ей в дальнейшем еще больше увеличить эффективность и свою производительность с помощью экономии средств и ресурсов за счет масштабов производства. По мере того как организация начинает набирать обороты, ее производственные ресурсы также увеличиваются. Начинают увеличиваться масштабы и количество используемого оборудования, в связи с этим увеличивается и штат рабочей силы. Начинают использоваться новейшие технологии, также появляются новые тенденции в разработке новых конкурентных видов продукции. Увеличение производимой продукции необязательно требует увеличения используемых ресурсов. Ведь если компания желает увеличить объем своего производства, к примеру, на 30%, она необязательно должна увеличивать число сотрудников в штате также на 30%. Поскольку увеличение сотрудников может быть не всегда экономически оправданным ходом и в результате этого часть сотрудников может просто простаивать в трудовой процессе. Поскольку увеличение сотрудников влечет за собой необходимость в дополнительном используемом оборудовании, на котором будут трудиться новые сотрудники. Именно для этого компаниям необходимо взвешивать свои возможности и силы, прежде чем нанять новый персонал.

Существуют циклические и сезонные колебания, которые также могут влиять на производительность отрасли отдельных ор-

ганизаций. Компании в данном случае достигают значительного увеличения эффективности своего производства в короткие промежутки времени за счет внедрения новых методов работы и новых механизмов, позволяющих наиболее качественно следить за всеми процессами в работе. Хорошее отношение между руководством компании и рабочими помогает принимать совместные ответственные решение в дальнейшей работе компании, способствующие значительному улучшению и росту производительности. Поскольку такие совместно принятые решения влияют на дальнейшую работу компании, сотрудники в такой компании будут ответственнее относиться к своей работе, пытаясь достичь намеченных целей, которые компания ставить перед собой в качестве основной задачи. Все это также поможет создать приятную атмосферу для роста производительности на рабочих местах. Таким образом, инвестиции в развитие человеческих ресурсов, а также обучение сотрудников способствуют значительному росту производительности. Для этого компании нередко нанимают уже подготовленных рабочих с необходимыми навыками и знанием своего дела, которым также следует платить относительно высокую заработную плату, чтобы дать им наиболее привлекательные условия по отношению к конкурентам, постоянно проводить тренинги и всевозможное обучение. Давать им возможность реализовывать свои навыки и высказывать свои идеи по отношению к нововведениям, которые следует применять в компании, а руководству необходимо внимательно прислушиваться к их мнениям. Именно такая работа с людьми в виде выстраивания партнерских отношений между руководством компании и работниками позволяет достичь самых эффективных и максимальных результатов в работе. Такая эффективность достигается с помощью человеческих ресурсов, направленных непосредственно на улучшение и увеличение объема производительности. Такая работа, предоставляющая полномочия служащим компании, как правило, стимулирует их принимать ответственные решения в важных вопросах при решении основных задач компании, с возможностью вносить свои предложения по эффективности и улучшению качества работы. Как правило, самые лучшие идеи по совершенствованию процессов и методов производства, с устранением отрицательных моментов при изготовлении продукции, исходят именно с уст работников данной организации, а не с уст руководящих менеджеров. Таким образом, повышение производительности непосредственно зависит от хорошего и качественного управления. Но, как известно, без правильного организационного подхода и первостепенного решения именно этих проблем роста производительности будет достичь крайне тяжело.

*Библиографический список*

1. Архипова А. Н., Большакова А. К. Экономика / под ред. А. И. Архипова, А. Н. Нестеренко, А. К. Большакова. – М. : Проспект, 2002. – 784 с.

2. Баликоев В. З. Общая экономическая теория : учеб. пособие. – 5-е изд. – М. : Лада, 2000. – 675 с.

3. Базелер У., Сабов З., Хайнрих Й., Кох В. Основы экономической теории: принципы, проблемы, политика. Германский опыт и российский путь. – СПб. : Питер, 2000. – 800 с.

4. Булатова А. С. Экономика. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Юристъ, 2000. – 896 с.

5. Грязнова А. Г. Макроэкономика: теория и российская практика : учебник для вузов / под ред. А. Г. Грязновой, Н. Н. Думной. – 2-е изд. – М., 2005. – 688 с.

6. Келлер К., Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. Экспресс-курс. – СПб. : Питер, 2008. – 480 с.

7. Сломан Дж., Сатклифф М. Экономикс : пер. с англ. – 5-е изд. – СПб. : Питер, 2005. – 832 с.

8. Уколов В. Ф. Взаимодействие власти, бизнеса и общества : учебник. – М. : Экономика, 2009. – 622 с.

9. Фетисов Г. Г., Орешин В. П. Региональная экономика и управление : учебник. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 416 с.

10. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: Россия и мир. 1992–2015 гг. – М. : Экономика, 2005. – 607 с. : ил.

11. Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р. Управление и организация в сфере услуг. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2002. – 752 с.

***N. A. Chuvashov****
**Chuvashov Nicholay, graduate student of*
*Volga Region State University of Service, Togliatti*
chudi2006@mail.ru

## PERFORMANCE AS A RESULT OF INDUSTRIAL AND ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES AND ITS IMPACT ON SOCIAL DEVELOPMENT

*Key words: quality of life, costs and competitiveness, inflation, unemployment, social programs, preservation of natural resources, productivity, efficiency, productivity growth.*

*It is obvious that productivity growth becomes one of the most important challenges that the State faces nowadays. This aspect influences the economic performance of the country as a whole, just as company managers influence the performance of small organizations.*

*© Чувашов Н. А., 2011*

## ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ

УДК 65
***Н. В. Угрюмова****
**Угрюмова Наталья Викторовна, аспирант*
*Филиал Всероссийского заочного финансово-экономического института, г. Челябинск*
umc_chel@vzfei.ru

# СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ОСНОВЕ ОПИСАНИЯ И ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

*Ключевые слова: процессный подход к управлению, бизнес-процесс, описание процессов, оптимизация процессов, инструменты совершенствования системы управления.*

*Рассматривается актуальная проблема использования процессного подхода к управлению на российских предприятиях. Рассмотрены процессные технологии управления для совершенствования деятельности предприятия. Предложен разработанный автором алгоритм описания бизнес-процессов при реализации реинжиниринга.*

На сегодняшний день российские предприятия, постепенно переключаясь на более эффективные и совершенные методы, ориентируются на методологии стратегического управления. Основными современными инструментами совершенствования системы управления являются реинжиниринг бизнес-процессов, система менеджмента качества, система сбалансированных показателей и другие. Методы управления, ориентированные на совершенствование системы управления, основаны на процессной организации, и, следовательно, процессный подход должен стать основополагающим, системообразующим элементом при внедрении перечисленных технологий. В рамках процессно-ориентированного подхода к управлению вся деятельность предприятия рассматривается как совокупность взаимодействующих и управляемых процессов [3]. В настоящее время процессный подход к организации управления предприятием признан наиболее перспективным. В соответствии с ним вся деятельность предприятия представляется в виде множества бизнес-процессов [1]. От эффективности бизнес-процессов напрямую зависят конкурентоспособность и прибыльность предприятия. Предприятия получают следующие преимущества от формализации и оптимизации процессов:

- стандартизация процессов (когда они не описаны, каждый работник выполняет задачи в меру своего понимания и таланта);
- снижение издержек;
- повышение качества работы;
- возможность осознанно улучшать деятельность предприятия (оптимизировать процессы), в т. ч. оптимизировать взаимодействие подразделений.

Описание бизнес-процессов является достаточно трудоемким процессом, вследствие чего целесообразно использовать в качестве инструментария для моделирования бизнес-процессов программный продукт Business Studio. Полагаясь на практический опыт в процессе выполнения исследовательской работы, хочется отметить, что наиболее существенным преимуществом Business Studio является возможность формировать уже готовые регламенты процессов самой программой в формате Microsoft Word. Меняется внешний вид шаблона под конкретные требования, а все регламенты формируются по одной схеме автоматически.

Одним из ключевых вопросов описания бизнес-процессов является выделение процессов верхнего уровня [4]. В качестве основы целесообразно использование модели типовых бизнес-процессов (рис. 1), на базе которой необходимо создание функционально-процессной матрицы предприятия, так называемый процессный ландшафт, синтезирующий процессы управления, обеспечивающие процессы и основные процессы. Далее в процессе разработки правил описания процессов необходимо определить этапы создания регламентов процессов, форму регламента, основные элементы описания блок-схемы. Подход к созданию модели бизнес-процессов может быть следующий: разработка в рамках рабочей группы графической

модели отдельного процесса, без учета взаимосвязей с другими процессами; последующая интеграция процессов друг с другом. На основе проведенных исследований автором предлагается структурная блок-схема алгоритма описания бизнес-процессов при реализации реинжиниринга, способствующая более глубокому анализу процессов, протекающих на предприятии (рис. 2).

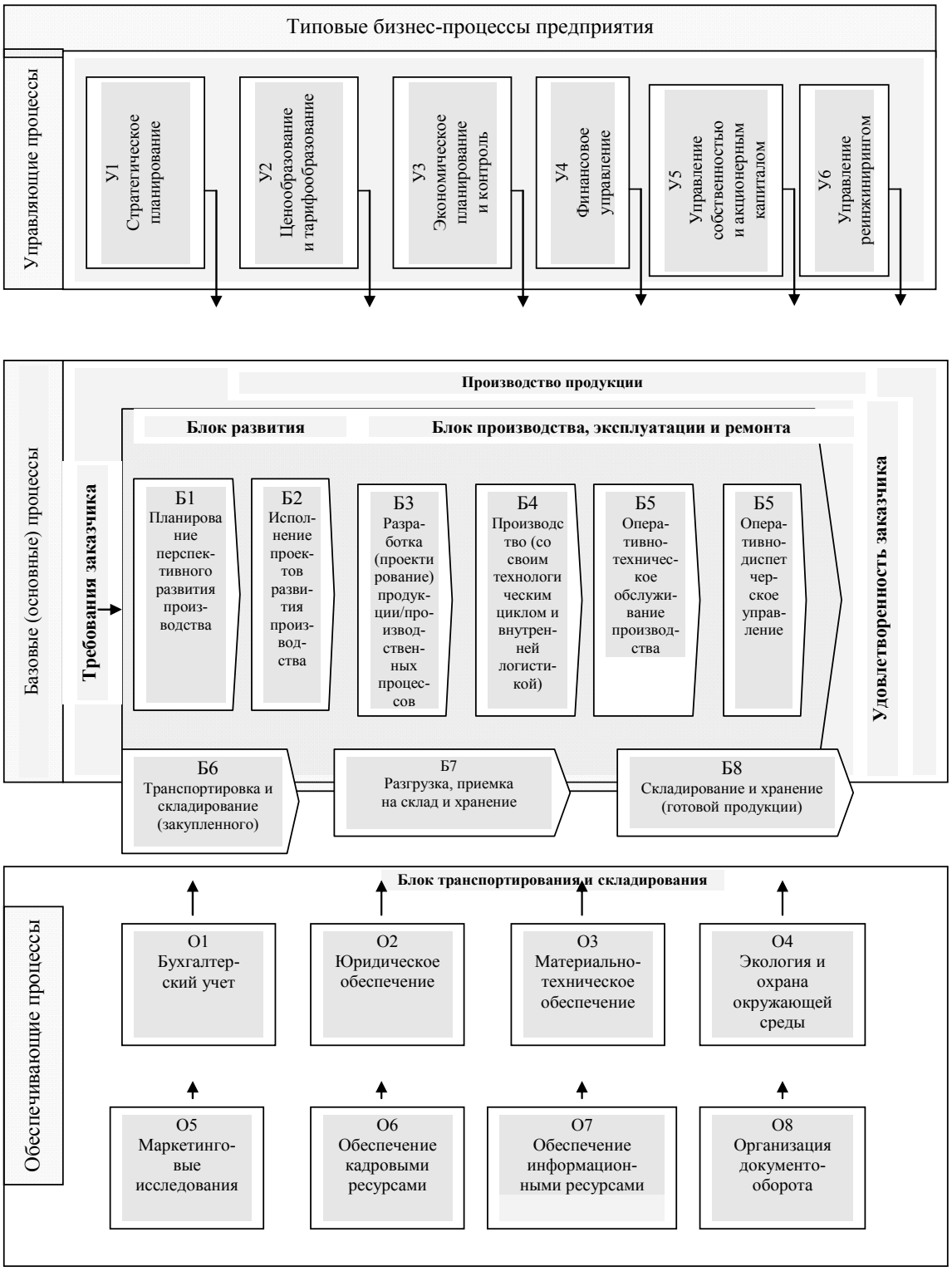



***Рис. 1.*** *Модель типовых бизнес-процессов предприятия*

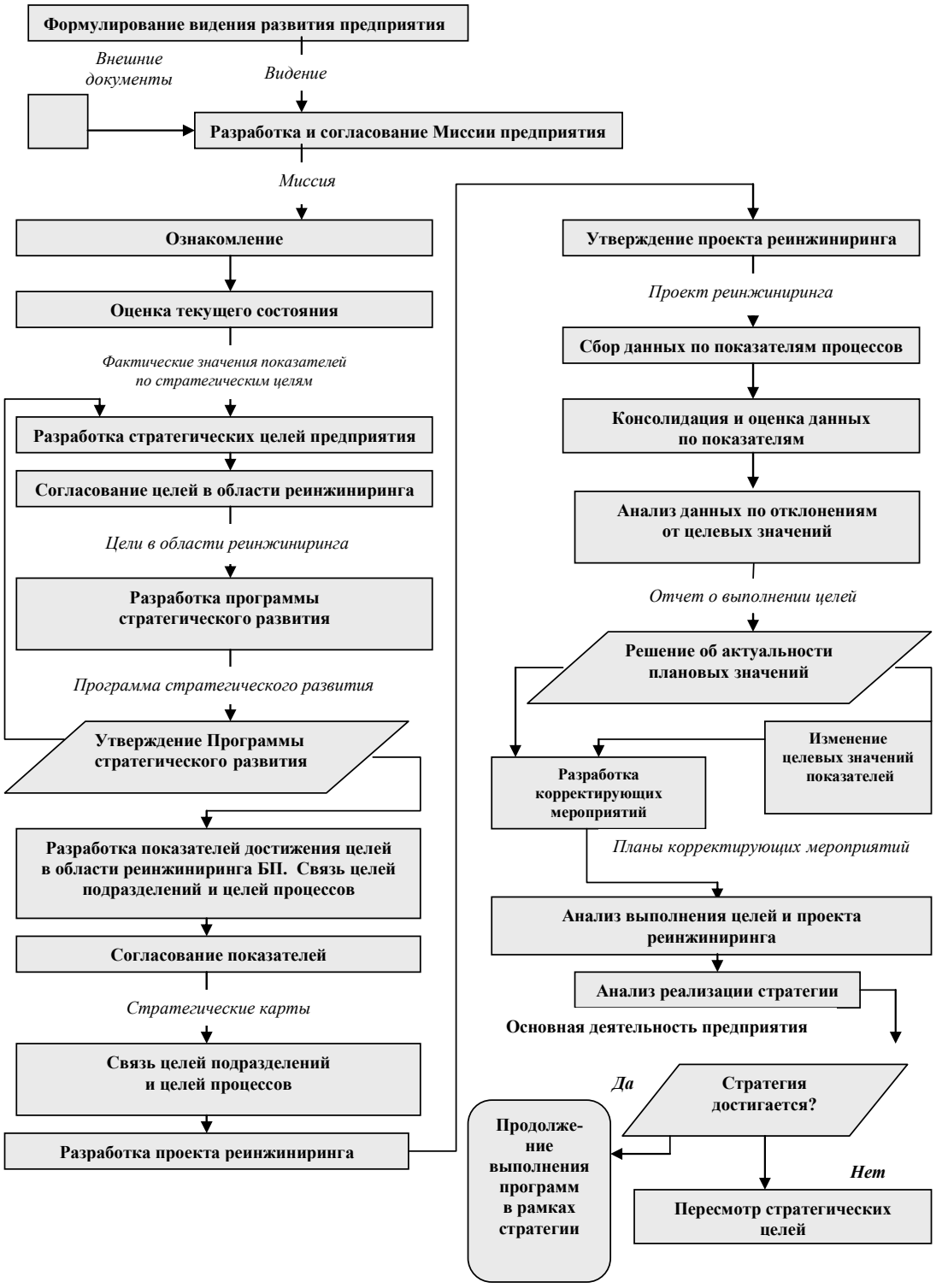



***Рис. 2.*** *Структурная блок-схема алгоритма описания бизнес-процессов при реализации реинжиниринга*

Построение системы управления предприятием на основе процессного подхода возможно при помощи различного инструментария и техник. Концепция бизнес-процессов и процессный подход являются лишь инструментами повышения эффективности компании. Для эффективного их использования необходимо знать показания к применению, области применения, а также другие инструменты, существующие для решения подобных задач.

*Библиографический список*

1. Репин В. В., Елиферов В. Г. Процессный подход к управлению организацией. И снова о процессах // Все о качестве. Отечественные разработки. – 2002. – Вып. № 18.
2. Хамер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. – СПб. : Изд-во СПб. ун-та, 1997.
3. Робсон М., Уллах Ф. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процессов. – М. : Аудит, 1997.
4. Шадрин А. Д. Процессный подход. Основы и методика реализации // Все о качестве. Отечественные разработки. – 2002. – Вып. № 16–17.

---

***N. V. Ugryumova****
**Ugryumova Natalia, graduate student of*
*Branch of Russian Correspondence Financial and Economic Institute, Chelyabinsk*
umc_chel@vzfei.ru

**IMPROVEMENT OF COMPANY MANAGEMENT BASED ON DESCRIPTION AND OPTIMIZATION OF BUSINESS PROCESS**

*Key words: process approach to management, business process, process descriptions, process optimization, tools of management improvement.*

*The article is devoted to the actual problem of using process approach to management in Russian companies. The research considers process control technology for business improvement. The author has proposed an algorithm describing business processes taking place during the implementation of reengineering.*

---

*© Угрюмова Н. В., 2011*

## МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ

УДК 338.242.2
***Б. П. Воловиков****
**Воловиков Борис Петрович, кандидат технических наук, доцент*
*Омский институт (филиал) Российского государственного торгово-экономического университета, г. Омск*
V-boris-P@rambler.ru

# ФОРМИРОВАНИЕ ОПТИМАЛЬНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

*Ключевые слова: инновационно-маркетинговая стратегия, комплексный критерий оптимизации, варьируемые параметры, инновационные риски, оптимальный бизнес-портфель деловой активности диверсифицированного предприятия.*

*Рассказывается об оптимизации процесса выбора маркетинговой стратегии промышленного предприятия. Учет инновационной составляющей позволяет скорректировать программу стратегических действий, направленных на реализацию маркетинговых планов продвижения на рынок продукции предприятия и сформировать оптимальный производственный план. Применение комплексного критерия оптимизации позволяет учесть риски, связанные с продвижением инновационной продукции, и показатели маркетинговой привлекательности целевых сегментов.*

На сегодняшний день методология стратегического планирования включает несколько направлений своего развития. В общую классификацию входят несколько основных групп методов, наиболее распространенными среди которых можно назвать матричные методы, методы ситуационного анализа и логические методы. Матричные методы имеют характерную форму представления алгоритма выбора стратегий в зависимости от внешних факторов и внутренних ресурсов предприятия [1]. В квадрантах матрицы представлены стратегии, условно соответствующие определенным сочетаниям внешних и внутренних факторов.

Ситуационный анализ направлен на поиск стратегического решения исходя из текущей ситуации во внешней и внутренней среде. Условно названные методами логического анализа, определенная группа способов выбора, как правило, оптимальной стратегии позволяет путем расчета финансово-экономических показателей предприятия, степени рисков, вероятности на основе методов оптимизации, регрессионного анализа, булевой алгебры и многих других математических методов выбрать наиболее эффективную стратегию.

Целью исследований, представленных в статье, является улучшение финансовых показателей промышленного предприятия путем разработки оптимальной маркетинговой стратегии.

Классификация методов стратегического анализа включает различные признаки. Процесс стратегического планирования на предприятии является частью системы стратегического управления и состоит из нескольких этапов: определение миссии и целей организации, анализ внешнего окружения, анализ рыночной среды, бизнес-диагностика, выбор стратегии, ее реализация, а также корректировка и контроль выполнения стратегии. Каждому этапу соответствует своя группа применяемых методов.

Матрицы стратегического планирования являются удобной и наглядной формой оценки стратегического положения предприятия в целевом сегменте. Матричные модели, несмотря на постоянную критику, остаются наиболее распространенным инструментом стратегического планирования, хотя в ближайшее время следует ожидать вытеснения матричного формата планирования и замены на математические модели, позволяющие автоматизировать процедуру оптимизации. Несмотря на то что самой популярной матрицей при поиске стратегий остается сначала PEST-анализ, а затем SWOT-матрица, можно выделить и классифицировать и другие известные матрицы. Популярная из-за своей наглядности матрица SWOT-анализа

предназначена для выбора базовой стратегии исходя из сопоставления возможностей угроз со стороны внешней среды с сильными и слабыми сторонами организации. Свое методологическое развитие эта матрица получила и в качестве одного из инструментов для выбора оптимальной стратегии. В процессе согласования с планами руководства по дальнейшему развитию предприятия из набора стратегий, полученных в результате SWOT-анализа, исключаются те стратегии, которые не могут быть реализованы по объективным причинам [2].

Оптимизационный подход может быть также использован и при определении сбалансированности портфеля деловой активности предприятия, например на основании диагностирования бизнес-портфеля с применением моделей диффузии и бинарного замещения, включающего прогнозирование продаж каждого товара в ближайшем будущем [3]. Принимая во внимание жизненный цикл товара, степень загруженности производственных мощностей, автор работы [4] дает рекомендации по формированию структуры бизнес-портфеля. Критерием сбалансированности в будущем портфеля, по мнению автора, является устойчивость динамики объемов продаж.

Другим методом выбора оптимальной стратегии можно назвать метод комбинированных значений, когда по значению вероятности и ожидаемому эффекту рассчитываются комбинированные значения, являющиеся функциями вышеперечисленных показателей, а затем выбирается наиболее оптимальная стратегия [5].

Довольно часто на определенном этапе при выборе стратегии используются методы динамического и линейного программирования, одному из примеров которого посвящена статья. Она представляет собой постановку задачи оптимизации портфеля заказов при выборе маркетинговой стратегии.

Наиболее важным показателем экономической деятельности предприятия является рентабельность продаж, а одним из путей ее повышения может быть формирование оптимального портфеля заказов, на основе которого составляется производственный план. Составление оптимальных портфеля заказов, а соответственно и производственного плана можно выполнить за счет правильного формирования оптимальной маркетинговой стратегии.

Проблема разработки оптимальной маркетинговой стратегии особенно остро стоит в тех случаях, когда речь идет о производстве инновационных продуктов. С одной стороны, требуется обеспечить максимальную рентабельность продукции предприятия, а с другой – необходимо нейтрализовать угрозы потерь и убытков, связанные с рисками инновационных проектов. На практике чаще всего приходится сталкиваться с необходимостью выбора: либо высокая рентабельность и большие риски, либо меньше рисков, но и меньше рентабельность. Инновационно-маркетинговая стратегия позволяет определить пути продвижения на рынок инновационной продукции. Выбор оптимальной инновационно-маркетинговой стратегии позволяет достичь поставленных целей с минимальными затратами и с максимальным эффектом. Это является одной из задач инновационного маркетинга. В статье предложен один из путей решения этой задачи.

В процессе проведения исследований на основе методов оптимизации была разработана математическая модель, реализованная в программном продукте, позволяющая маркетологам предприятия оперативно проводить экспресс-анализ предполагаемого портфеля заказов и тем самым скорректировать работу с потенциальными заказчиками уже на стадии заключения контракта.

Для достижения поставленной цели были изучены два основных показателя (два критерия), определяющих эффективность инновационного портфеля диверсифицированного предприятия: суммарная рентабельность продуктовой корзины предприятия и уровень рисков по каждому направлению.

Известен метод выбора продуктово-маркетинговой стратегии, предполагающий формирование ассортиментной линейки предприятия и основанный на определении сильных и слабых позиций продукта, его конкурентных преимуществ. В литературе он известен как SNW-анализ. Недостатком этого метода является отсутствие конкретной обоснованной методики формирования структуры производственного плана, предполагающей определение количественных показателей.

В статье предлагается методика, предназначенная для формирования бизнес-портфеля диверсифицированного предприятия. В основу этой методики положен принцип формирования оптимального по структуре мар-

кетингового плана продвижения стратегических единиц бизнеса (СЕБ) предприятия с учетом сложившихся на рынке цен, себестоимости изделий и рисков, если речь идет об инновационных продуктах [5]. Далее излагается решение такого важного вопроса, как установление приоритета номенклатурной единицы при формировании портфеля заказов. Речь идет о тех ситуациях, когда целесообразно потратить усилия на реализацию хотя бы нескольких тех номенклатурных единиц, которые обладают значительной стоимостью, вместо того чтобы заниматься поиском каналов сбыта недорогой продукции. То есть, например, лучше продать один дорогой комплекс радиосвязи, чем сотни или даже тысячи недорогих изделий. Выручка та же, а усилий значительно меньше.

Обычно в качестве критериев оптимизации предлагается использовать либо прибыль предприятия, либо рентабельность, в последнее время также встречается комплексный показатель конкурентоспособности [7]. В качестве показателей конкурентоспособности предприятия рекомендуют принимать фондоотдачу, рентабельность продаж, коэффициент автономии, текущий коэффициент ликвидности, коэффициент оборачиваемости оборотных средств, рентабельность активов, рентабельность продукции, коэффициент загрузки производственной мощности, а оценку конкурентоспособности проводить путем сравнительного анализа с аналогичными показателями конкурентов. Что касается критерия конкурентоспособности, то его практическое применение, по мнению автора, затруднено из-за сложности получения информации о конкурентах. В первую очередь это касается таких показателей, как себестоимость продукции, а соответственно и рентабельность. Далее представлены результаты исследований оптимизации маркетингового плана предприятия с учетом рисков и приоритетности каждого направления. Применяя известные методики, вся продукция предприятия была сгруппирована по определенным стратегическим единицам бизнеса (СЕБ). В качестве базового объекта исследований было выбрано предприятие, являющееся производителем систем радиосвязи, номенклатурный перечень товарных групп которого позволил выделить следующие стратегические бизнес-единицы:

1. Мобильные комплексы связи. В этой позиции заключены основные конкурентные преимущества. Объем производства и продаж по этой позиции занимает основную долю в общем объеме.

2. Радиорелейные станции. Эта позиция является перспективной, так как находится в быстро растущем сегменте, но пока не занимает позиции лидера.

3. Антенно-мачтовые устройства. Обладая двумя составляющими – антенной и телескопической мачтой – имеет два целевых сегмента – потребителей антенн и потребителей металлических опор. Эта позиция уступает лидирующей по объему продаж, но обладает сильными конкурентными позициями и находится в слабо растущем сегменте.

4. Газовые счетчики (СГ-1) – непрофильная продукция, тем не менее в этом сегменте конкурентная позиция высокая. Емкость отечественного рынка большая, приблизительно 10–5 млн, но сегмент с низкими темпами роста в силу существующего менталитета у потенциальных покупателей.

Каждое направление развития СЕБ обусловлено определенной степенью риска и рентабельностью.

В качестве критерия оптимизации был принят показатель суммарной рентабельности всех СЕБ, а по каждой позиции номенклатуры были заданы ограничения по допускаемому количеству. Ограничения приняты согласно сложившейся у предприятия ситуации: существует ряд заказов, которые предприятие обязано выполнить, даже если производство этой продукции менее выгодно предприятию.

Особенностью методики составления оптимального портфеля заказов является учет состояния рынка, анализ сложившихся цен и определение структуры маркетингового плана с учетом поставленной цели. В этом заключается новизна предлагаемого подхода. На рис. 1 представлена блок-схема алгоритма выбора оптимальных значений каждой номенклатурной позиции.

Определение оптимального количества единиц продукции по каждой позиции предлагается выполнять в несколько этапов. На первом этапе были сформированы стратегические единицы бизнеса по признакам сегментации целевого рынка, направленности на конкретного потребителя и общности потребительских свойств. В качестве варьируемых параметров было выбрано общее

количество единиц по каждой товарной группе. Кроме того, известна также и средняя себестоимость изделий *C*0*i*, входящих в СЕБ. По результатам маркетинговых исследований была определена рыночная усредненная стоимость изделия по каждой СЕБ – *Ci*. На втором этапе исследований был сформулирован критерий оптимизации. Наиболее удобным с позиции применяемого метода оптимизации является критерий, представленный в виде линейной функции, представляющий сумму рентабельности всех стратегических групп:

$$Ren = \Sigma Ni*((Ci - C0i)/C0i),$$

где *Ci* – рыночная стоимость изделия; C0i – себестоимость изделия.




***Рис. 1.*** *Блок-схема алгоритма выбора оптимальных значений*

Можно в качестве критерия принять и общую рентабельность предприятия, а не суммарную по всем единицам бизнеса, но так как постановка задачи при этом не меняется, то предлагается применять суммарный критерий. В качестве второго критерия предлагается рассмотреть комплексный критерий, основанный на использовании двух частных критериях: рентабельности и суммарного риска по каждой позиции. Суммарный риск рассчитывается через произведение удельного риска, приходящегося на единицу (одно изделие) *Ri* на количество изделий N. В этом случае комплексный критерий имеет следующий вид:

$$J = a1 * Ren + a2 * (Ri * N)$$

На третьем этапе проводится мониторинг рыночных цен и средней себестоимости изделий, входящих в каждую СЕБ.

Допускаемое количество единиц изделия по каждой номенклатурной позиции, определяемое на следующем, четвертом этапе, имеет ограничения в виде неравенств, причем верхнее значение определяется производственными возможностями предприятия, а нижнее обусловлено тем минимальным количеством выпуска, которое отвечает маркетинговой стратегии предприятия. Сумма всех затрат на производство и реализацию не должна превышать определенного значения, соответствующего финансовому плану предприятия.

Результаты оптимизации маркетингового плана продвижения продукции предприятия по 18 наименованиям номенклатуры подтверждают эффективность и целесообразность использования предлагаемого метода. В качестве примера был рассмотрен портфель заказов, состоящий из следующих позиций: мобильные комплексы связи (6 позиций); радиорелейные станции (6 позиций); антенно-мачтовые устройства (4 позиции) и последняя позиция – счетчики газа – из математических соображений измеряется в тыс. штук. Расчет рентабельности определил следующие показатели: при минимальном портфеле заказов рентабельность составляет 15,67%, а при максимальном соответственно 16,6%, при этом разброс невелик и составляет 1%. Оптимизация по критерию суммарная рентабельность позволила сформировать портфель заказов, общая рентабельность которого равна 21,6%. Следует отметить, что при годовой выручке предприятия приблизительно равной 2 млрд руб., один процент рентабельности соответствует 20 млн руб. прибыли. Это лишний раз доказывает целесообразность применения методов оптимизации при формировании маркетингового и производственного планов.

Для решения оптимизационной задачи был использован симплекс-метод, хорошо зарекомендовавший себя в решении подобных задач. Суммарный риск по каждой позиции определялся через показатель удельного риска по каждой позиции, умноженный на количество изделий. При такой постановке формализуется зависимость суммарного риска по каждой номенклатурной позиции от количества изделий. Величина рисков была задана примерной и для конкретной ситуации требует уточнения. В комплексном критерии равную значимость имеют рентабельность и уровень рисков. Некоторое снижение показателя общей рентабельности наблюдается из-за сокращения общего числа изделий, обладающих высокой степенью риска, хотя и рентабельность этих единиц относительно высокая. В этом случае находится та самая оптимальная золотая середина, которая соответствует и минимизации суммарной степени риска для всего портфеля заказов, так и максимизации рентабельности. Для тех стратегических единиц бизнеса, по которым предполагается меньшая степень вероятности благоприятного исхода и меньшая рентабельность, наблюдается уменьшение оптимального количества изделий и перераспределение в пользу тех позиций, по которым прогнозируется меньшая степень риска и более высокая рентабельность. Тем позициям, чей удельный вес в общем портфеле заказов преобладает, была присвоена большая предпочтительность по количеству изделий. Более рискованные позиции были ограничены по максимальному количеству.

На практике оптимальный план выпуска изделий является скорее тем идеалом, на который следует равняться, своего рода стратегическим ориентиром, но все же именно он формирует содержание маркетинговой стратегии предприятия, определяющей пути его дальнейшего развития и поведения на рынке. Выделяя в структуре заказов те позиции, на которые следует обратить внимание в первую очередь, тем самым формируется стратегическая перспектива, указывающая на дальнейший путь развития предприятия. Благодаря проведенным исследованиям появляются предпосылки для составления оптимального маркетингового плана продвижения продукции, производственного и инновационного планов развития предприятия.

На основании приведенных результатов исследований можно сделать следующие выводы

1. При выполнении процедуры оптимизации производственной программы предприятия, планирующего развитие инновационной деятельности, рекомендуется применять комплексный критерий оптимизации, учитывающий экономическую составляющую и уровень рисков, связанный с внедрением новаций. Значения весовых коэффициентов комплексного критерия оптимизации можно определять на основании результатов факторного анализа.

2. Сформированная на основе оптимального производственного плана предприятия оптимальная маркетинговая стратегия позволяет сконцентрировать ресурсы на продвижение той продукции, которая обеспечит организации наибольшее достижение поставленных стратегических целей с учетом степени инновационных рисков.

*Библиографический список*

1. Воловиков Б. П. Метод выбора базовой стратегии предприятия на основе системного подхода / Б. П. Воловиков, О. Ю. Колущинская // Вестник ОмГУ. Серия Экономика. – 2010. – № 2. – С. 119–123.

2. Воловиков Б. П. Разработка оптимального бизнес-портфеля промышленного предприятия / Б. П. Воловиков, О. Ю. Колущинская // Вестник ОмГУ. Серия Экономика. – 2010. – № 1. – С. 162–170.

3. Воловиков Б. П. Выбор оптимальной производственной стратегии с применением методики SWOT-анализа (на примере ОАО «Радиозавод им. А. С. Попова») / Б. П. Воловиков, Т. В. Ушакова, С. А. Жаворонков // Человек и труд. – 2009. – № 2. – С. 68–70.

4. Воловиков Б. П. Применение комплексного подхода к формированию корпоративной стратегии // Практический маркетинг. – 2010. – № 9 (163). – С. 32–36.

5. Воловиков Б. П. Корректировка маркетинговой стратегии предприятия на основании результатов исследований рынка // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 6. – С. 62–63.

6. Дюков И. И. Стратегии развития бизнеса: практический подход. – СПб. : Питер, 2008. – 236 с. – (Владельцы бизнеса).

7. Ивахник Д. Е. Оптимизация производственной программы предприятия в условиях рыночных отношений [Электронный ресурс] / Д. Е. Ивахник, В. З. Григорьева // Маркетинг в России и за рубежом. – 1999. – № 1. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/press/marketing/1999-1/02.shtml.

8. Милованова А. В. Факторы и пути повышения эффективности диверсификации производства в российской экономике // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета. – 2009. – № 3.

9. Силаков А. В. Выбор структуры товарного портфеля предприятия на основе анализа его сбалансированности // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 6. – С. 32–34.

---

***B. P. Volovikov****

**Volovikov Boris, Ph.D. in Technical sciences, Associate Professor of*
*Omsk Institute (branch) of Russian State Trade-Economic University, Omsk*
V-boris-P@rambler.ru

## CREATING OPTIMAL MARKETING STRATEGY FOR INDUSTRIAL ENTERPRISE

*Key words: innovation and marketing strategy, comprehensive optimization criterion, variable parameters, innovative risks, optimal business portfolio of a diversified enterprise business activity.*

*The article deals with the optimization of choosing marketing strategy for industrial enterprise. Consideration of the innovative component helps to adjust the program of strategic actions, aimed at implementing the marketing plans of products promotion in the market, and to develop the optimal production plan. The use of comprehensive optimization criterion makes it possible to consider the risks associated with the promotion of innovative products and the indicators of marketing attractiveness of target segments.*

---

*© Воловиков Б. П., 2011*

УДК 338.242.2
***О. Ю. Колущинская****
**Колущинская Оксана Юрьевна, старший преподаватель*
*Омский институт (филиал) Российского государственного торгово-экономического университета, г. Омск*
ksenia62@list.ru

# ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЙ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ СВЯЗИ

*Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, эффективность каналов продвижения, подходы к выбору стратегии продвижения продукции, информационный портрет потенциального заказчика.*

*Предложены различные варианты создания системы маркетинговых коммуникаций на примере промышленного предприятия отрасли связи, изложены основные подходы к построению маркетинговых каналов. Большое внимание уделено формированию стратегии маркетинговых коммуникаций и тактике ее реализации.*

**Особенности построения маркетинговых коммуникаций на рынках промышленных товаров**

Структура маркетинговых каналов на рынке товаров производственного назначения отличается от массового рынка [2–4]. Применительно к рынку товаров промышленного назначения целевая аудитория, которой адресовано рекламное сообщение, намного меньше, а решение о целесообразности заключения контракта принимает ограниченный круг лиц, поэтому для успешного продвижения изделия требуется отличный от рынка потребительских товаров подход [1]. Так как организация маркетинговых коммуникаций – это двухсторонний процесс, предполагающий воздействие на потребителя продукции и обработку ответного сигнала, то необходимо создать такую коммуникационную систему, которая позволила бы оперативно доставлять информацию о товаре потенциальному заказчику и в обратном направлении получать предложения о желательных изменениях изделия [5]. Определение потенциального заказчика, создание его информационного портрета позволят правильно сформулировать рекламное сообщение, а изучение структуры заказчика – найти ответственных менеджеров за принятие решение о заключении контракта.

Таким образом, при построении маркетинговых коммуникаций в производственной сфере необходимо выделить две ключевые задачи:

1) создание информационного портрета потенциального заказчика;

2) построение системы маркетинговых каналов, поддерживающих эффективный сбыт продукции предприятия.

Далее представлены методики, апробированные в условиях рынка промышленных товаров, а конкретно рынка систем связи.

Кроме личных коммуникационных каналов в производственном маркетинге широко используются средства PR-деятельности, включающие регулярно проводимые специализированные выставки, социально значимые мероприятия, направленные на создание положительного имиджа [1–5]. Опыт участия последних лет промышленных предприятий в регулярно проводимых международных выставках свидетельствует о необходимости тщательного планирования выставочной деятельности. Участие предприятия в выставке только с целью поддержания имиджа показало, что это приводит, с одной стороны, к снижению расходов участника, но с другой – к отсутствию положительного результата. Именно такой вывод был сделан исходя из анализа последней выставки «Росвооружение», проходившей летом 2010 года в Подмосковье. Промышленные предприятия, представившие действующие образцы своей продукции, а не рекламную продукцию, сумели найти потенциальных партнеров для дальнейшей деятельности. Значительно проиграли те организации, которые решили сэкономить на рекламном бюджете и демонстрировали только рекламные буклеты. Определенный резонанс имеют PR-мероприятия, способствующие укреплению положительного образа,

например спонсорская помощь музеям и общественным организациям для сохранения исторического наследия. Также организация международных форумов для поддержания малого бизнеса, главным спонсором которого становится предприятие, формирует общественное мнение не только в предпринимательских кругах, но и в глазах всей общественности.

Для усиления положительного эффекта при интегрированном подходе к построению маркетинговых коммуникаций при продвижении товаров производственного назначения рекомендуется применять пробный маркетинг. Для того чтобы администрации предприятия принять решение о приобретении дорогого сложного оборудования, необходимо убедить заказчика в целесообразности такой покупки. На сегодняшний день пробный маркетинг является самым эффективным средством продвижения высокотехнологичной наукоемкой технической продукции. Известны удачные примеры предоставления аппаратуры радиосвязи в аренду государственным учреждениям на ограниченный срок с целью последующего заключения контракта. Заказчик изучает приемы работы, техническую документацию, технологию эксплуатации, а самое главное – в реальности понимает те преимущества, которые в себе несет приобретение. Необходимо помнить, что заказчику нужна не сама аппаратура, а решение проблемы, поэтому и продвижение своей продукции следует организовать, рекламируя не достоинства отдельного блока, а те преимущества сделанного ему предложения, которые позволят облегчить деятельность заказчика. Поэтому и рекламное обращение должно содержать мотивы, направленные на совершение сделки в первую очередь для решения конкретной выявленной проблемы. В производственном маркетинге важным этапом, определяющим успех, является сбор информации о заказчике. Определить круг проблем заказчика и помочь ему их решить – главная задача маркетолога, и маркетинговые коммуникации играют в этой ситуации не последнюю роль.

Возможно и применение эвент-маркетинга, предполагающего использование такого канала продвижения продукции, который совмещает продажи конкретного изделия с организацией культурно-массового мероприятия, например театрализованного шоу с приглашением потенциальных заказчиков и демонстрацией продаваемого оборудования.

**Определение информационного портрета потенциального заказчика**

Под информационным портретом потенциального заказчика понимается такой набор характеристик заказчика, который обладает максимальной информативностью для принятия решения о целесообразности заключения с ним контракта. На основе данных, полученных в результате этих исследований, определяется круг лиц, ответственных за принятие решения о покупке изделия, и определяется тактика передачи продвижения продукции. Целью предлагаемой методики является повышение эффективности процесса маркетинговых исследований на этапе составления информационного портрета потенциального заказчика. Для достижения поставленной цели были поставлены следующие задачи:

1) разработка методики оптимального поиска характеристик потенциального клиента;

2) проведение предварительного экономического анализа целесообразности участия предприятия в проекте.

Данная методика позволяет определить вектор оптимального поиска характеристик заказчика. Включая несколько этапов, методика на каждом этапе содержит конкретные рекомендации по составлению информационного портрета. Пользователям данной методики предлагается:

1) заполнить таблицы, приведенные в методике;

2) проанализировать полученные сведения;

3) дать конкретные рекомендации по формированию управленческих решений.

Методика оптимального поиска включает несколько этапов.

На первом этапе, пользуясь первичным источником информации, например, годовым отчетом компании, необходимо получить общие сведения об организации: наименование организации, форма собственности, адрес, сайт, факс, электронная почта, численность персонала и основные виды деятельности. В качестве дополнительных сведений о компании предлагается изучить следующие разделы:

1) история предприятия с указанием наиболее значимых периодов;

2) юридический статус предприятия;

3) позиционирование компании на рынке (относительная доля на рынке, занимаемая компанией; стратегия компании).

Второй этап сфокусирован на изучении видов деятельности предприятия. Предлагается определить приоритетные направления деятельности и указать основных заказчиков с уточнением объектов проектирования, сумм контрактов. Необходимо также определить виды деятельности, совпадающие с профилем предприятия. В качестве примера в табл. 1 представлена информация, полученная в результате таких исследований.

*Таблица 1*

***Проекты заказчика***

| № п/п | Проекты | Заказчик | Объект проектирования или выпускаемая продукция | Наличие профильного оборудования в объектах проектирования или продукции |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Антенно-мачтовое устройство | ООО «Мегафон» | Предоставление услуг связи | Радиорелейные линии передачи сигналов |
| 2 | Многоканальная РРС | ООО «Газпром» | Разработка нефтегазовых месторождений | Высокоскоростные системы передачи радиосигналов |

На третьем этапе составляется укрупненная структура организации, с детализацией профильных направлений. Результатом исследований на этом этапе является определение иерархии подразделений (формулируется блок-схема с контактными данными руководителей). По возможности определяется развитие профильных ветвей организации.

Четвертый этап направлен на получение контактных данных ключевых фигур, компетентных в принятии решений.

Пятый этап предполагает изучение финансового положения предприятия. Большой интерес представляют данные о динамике развития предприятия и его хозяйственной деятельности. Рекомендуется определить основные экономические показатели и заполнить табл. 2.

*Таблица 2*

***Основные экономические показатели***

| Показатели | Прошедший год | Текущий год |
|---|---|---|
| Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб. | xxxxx | xxxxx |
| Объем принятых заказчиком проектно-исследовательских работ, тыс. руб., всего | xxxxx | xxxxx |
| в том числе: | | |
| собственными силами | xxxxx | xxxxx |
| субподрядные работы | xxxxx | xxxxx |

Шестой этап направлен на поиск возможных точек соприкосновения и является началом проведения переговорного процесса. Задачами этого этапа являются:

1) выявление направления деятельности (задачи, проекты), в которых возможно участие предприятия;

2) формулировка задачи (решение какой проблемы заказчика возможно с участием предприятия);

3) предварительная оценка бюджета для решения задач;

4) наличие существующих у компании исполнителей (подрядчиков) проекта и их предлагаемых решений.

В заключение приводятся аналитические выводы, направленные на принятие управленческих решений с учетом привлекательности проектов с потенциальными заказчиками, оценивается степень риска каждого проекта и вероятность заключения контрактов.

**Методика построения маркетинговых каналов**

Создание структуры маркетинговых коммуникаций способствует увеличению объемов продаж предприятия и укреплению его позиции на рынке. Предлагаемая структура представлена на рис. 1 и состоит из нескольких уровней. Каждый уровень несет опреде-

ленную смысловую нагрузку, содержащую постановку и выполнение конкретных задач. Уровни представлены в определенной логической последовательности, соответствующей маркетинговому плану построения коммуникативной системы. Первый уровень соответствует этапу определения потенциальных заказчиков, а также возможных точек соприкосновения. Особую роль этот этап играет при изучении потребностей рынка, при определении первичного и вторичного спроса. Организация качественных каналов передачи информации по каналам радиосвязи требуется во многих отраслях: нефтегазодобывающей, транспортной, сотовой связи, а также ряду государственных учреждений, таким как МЧС, УФСИН, Минобороны и другим. Каждый из перечисленных субъектов в своих структурных подразделениях для координации нуждается в качественной и оперативной системе связи. Задача маркетолога определить, в каких ситуациях продукция предприятия будет востребованной.




***Рис. 1.*** *Уровни маркетинговых коммуникаций*

Следующий уровень маркетинговых коммуникаций предполагает определение круга лиц, ответственных за принятие решений, и установление контакта с ними. Как правило, для установления контакта с важными для заключения контракта менеджерами заказчика привлекаются топ-менеджеры предприятия. Результатом переговоров является перечень совместных проектов и условий для начала этой деятельности. Обсуждается размер комиссионных и те необходимые изменения в конструкции, без которых невозможно подписание контракта. На рис. 1 представлены примерные названия тем проектов, в которых могло бы участвовать предприятие. В случае подписания контракта и начала его финансирования осуществляется стимулирование тех лиц, которые помогали предприятию в продвижении своей продукции. Необходимо помнить, что построение каналов маркетинговых коммуникаций не только предназначено обеспечить надежность и высокую эффективность маркетинговой деятельности предприятия на рынке продукции общетехнического назначения, но также и является информационной базой для разработки маркетинговой стратегии. Структура каналов маркетинговых коммуникаций должна способствовать созданию надежных каналов продвижения продукции предприятия, а также принятию радикальных решений по модернизации производственной базы и повышению конкурентоспособности продукции предприятия.

**Стратегии маркетинговых коммуникаций**

Играя важную роль в маркетинговой деятельности промышленного предприятия и одновременно являясь слабо изученным направлением, стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций требует пристального внимания в первую очередь к методологии. Важным выводом, сделанным многими исследователями [6], является требование координации и согласования всех стратегий с базовой стратегией предприятия. Но кроме этого первостепенно важного вопроса, стоит проблема оценки значимости каждого маркетингового канала, так как выбор оптимального стратегического плана позволит предприятию сэкономить ресурсы и время для достижения поставленных целей. Введем понятие стратегирования маркетинговых коммуникаций, под которым в дальнейшем будем понимать процесс планирования продвижения продукта предприятия в стратегической перспективе. Для повышения эффективности стратегирования маркетинговых коммуникаций рекомендуется разработать структуру каналов и определить значимость каждого канала. Целесообразно первоначально определить критерии сравнительной оценки значимости, формирование которых возможно на базе целевых показателей. Если целью предприятия является увеличение доли рынка, то, следовательно, в качестве показателя оценки привлекательности следует принять ожидаемую выручку от поставок по этому каналу. По критерию рентабельности канал характеризуется как более перспективный, если он обеспечивает большую выручку при наименьших затратах. Когда предприятие определило курс на сокращение издержек, рекомендуется селекционировать каналы коммуникаций по критерию наименьших затрат. Таким образом, в первую очередь ставится цель, затем строится система маркетинговых коммуникаций и после этого оценивается качество системы. Найти оптимальный путь в созданной системе маркетинговых коммуникаций возможно, комбинируя каналы продвижения и формируя такую стратегическую траекторию продвижения продукта, которая обеспечила бы предприятию уникальную стратегия развития.

**Выводы**

1. Структура маркетинговых коммуникаций предприятия, производящего товары производственного назначения, отличается от структуры предприятия производителя продукции потребительского назначения наибольшей сфокусированностью и целевой направленностью.

2. Выбору стратегии маркетинговых коммуникаций предшествуют составление информационного портфеля потенциального заказчика, оценка значимости каналов и определение цели.

3. Интегрированный подход к построению коммуникационных каналов в случае рынка производственных товаров подчеркивает важность изучения отраслевых структур и определение ключевых фигур, ответственных за подписание контракта.

*Библиографический список*

1. Барнетт Д. Маркетинговые коммуникации: Интегрированный подход / Д. Барнетт, С. Мориарти. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с.
2. Голова А. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 10. – С. 37-46.
3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок : пер. с англ. / под ред. В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2006. – 800 с. : ил. – (Классика MBA).
4. Синяева И. М. Маркетинговые коммуникации : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. – М. : Дашков и К°, 2005.
5. Штерн Л. Маркетинговые каналы : пер. с англ. / Л. Штерн, А. Эль-Ансари, Э. Кофлан. – 5-е изд. – М. : Вильямс, 2002. – 624 с.
6. http://www.webstarstudio.com/marketing

***O. Yu. Koluschinskaya****
**Koluschinskaya Oksana, Senior Lecturer of*
*Omsk Institute (branch) of Russian State Trade and Economic*
*University, Omsk*
ksenia62@list.ru

**FEATURES OF FORMATION OF MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES FOR COMPANIES OF COMMUNICATION SPHERE**

*Key words: marketing communications, efficiency of promotion channels, approaches to selection of product promotion strategy, information portrait of potential customer.*

*The article considers various options for creating the system of marketing communications, taking as example the company of communication sphere. The author has outlined the main approaches to creation of marketing channels. Special attention is paid to the development of marketing communication strategy and its implementation tactics.*

*© Колущинская О. Ю., 2011*

## МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ

УДК 338.4
***О. А. Шлегель****
**Шлегель Олег Александрович, доктор технических наук, профессор*
*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*
kaf_pmii@tolgas.ru
***Т. Г. Любивая****
**Любивая Татьяна Геннадьевна, ассистент*
*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*
kaf_pmii@tolgas.ru

# МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПЛАНИРОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

*Ключевые слова: экономико-математическое моделирование, решение задач планирования в сфере образовательных услуг, линейное программирование, рациональное использование ресурсов образовательного учреждения, интегральный коэффициент планирования.*

*Планирование использования ресурсов определяет деятельность учреждений высшего профессионального образования. Для моделирования задач рационального использования ресурсов возможно применение метода линейного программирования, позволяющего найти вариант эффективного распределения материальных, финансовых, учебных и кадровых ресурсов образовательного учреждения.*

В деятельности учреждений высшего профессионального образования важным является планирование рационального использования ресурсов для обеспечения набора абитуриентов и последующего их обучения по новым профилям бакалавриата, магистратуры (при двухуровневом образовании), специалитета, аспирантуры.

Большинство задач планирования рационального использования ресурсов для образовательного учреждения связано с отысканием наиболее эффективного решения путем направленного перебора всех возможных вариантов распределения материальных, финансовых, учебных и кадровых ресурсов. Метод линейного программирования позволяет решать задачи оптимизации и рационализации распределения ресурсов за конечное число итераций с достаточной точностью.

Методы математического программирования используются при решении различных задач в экономике (О. О. Замков, А. В. Толстопятенко, Ю. Н. Черемных, А. С. Солодовников, В. А. Бабайцев, А. В. Браилов и др.).

Стратегия поиска решения таких задач заключается в нахождении максимума или минимума целевой линейной функции от нескольких переменных при заданных дополнительно ограничениях для этих переменных [1, 2, 3, 4].

В общем виде экономико-математическая модель задачи об использовании ресурсов образовательного учреждения может быть представлена уравнением определения минимального значения для целевой функции (общих затрат):

$$f_{общ}(x) = \sum_{j=1}^{n} c_j x_j \to \min$$

при ограничениях

$$\sum_{j=1}^{n} a_{ij} x_j \geq b_i,\ i = 1,...,m;$$

$$x_j \geq 0,\ j = 1,...,n,$$

где $f_{общ}(x)$ – общие затраты на подготовку студентов за весь период обучения; $x_j$ – количество абитуриентов, поступающих на обучение по соответствующему профилю $P_j$; $a_{ij}$ – число единиц ресурса $R_i$, затрачиваемого на подготовку одного студента по профилю $P_j$; $b_i$ – запас ресурса $R_i$; $c_j$ – финансовые затраты на подготовку одного студента по профилю $P_j$.

Необходимо найти такие значения переменных $x_1$, …, $x_n$, при которых целевая функция $f_{общ}(x)$ принимает оптимальное решение (минимальное значение).

Формируется задача эффективного планирования набора абитуриентов по новым профилям в системе высшего профессионального образования при рациональном распределении материальных, финансовых, учебных и кадровых ресурсов. Исследование выполнялось на примере прогнозирования выбора наиболее эффективного варианта организации набора для кафедры «Прикладная математика и информатика». Рассматриваются следующие профили, которые могут быть сформированы в условиях данной кафедры: Прикладная математика и информатика, общий профиль – $P_1$; Математическое моделирование и вычислительная математика – $P_2$; Системный анализ, исследование операций и управление – $P_3$; Теоретическая информатика и кибернетика – $P_4$; Системное программирование и компьютерные технологии – $P_5$.

Необходимо спланировать набор абитуриентов по каждому профилю, на подготовку которых требуются фиксированные объемы ресурсов $R_i$ (материальные, финансовые, учебные, кадровые). По каждому ресурсу имеется определенный запас $S_i$ в относительных единицах (например, $S_1 = 50$, $S_2 = 60$, $S_3 = 40$, $S_4 = 30$).

Объемы затрачиваемых ресурсов, необходимые на подготовку одного студента по соответствующему профилю $P_1$, …, $P_2$, приведены в табл. 1.

*Таблица 1*

***Объемы используемых ресурсов образовательного учреждения на подготовку одного студента за период обучения по соответствующему профилю (отн. ед.)***

| ***Ресурс*** | ***Профиль 1*** | ***Профиль 2*** | ***Профиль 3*** | ***Профиль 4*** | ***Профиль 5*** | ***Ограничения*** | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | $P_1$ | $P_2$ | $P_3$ | $P_4$ | $P_5$ | | $S_i$ |
| $R_1$ | 0,52 | 0,20 | 0,25 | 0,34 | 0,45 | >= | 50 |
| $R_2$ | 0,43 | 0,25 | 0,15 | 0,24 | 0,37 | >= | 60 |
| $R_3$ | 0,45 | 0,25 | 0,24 | 0,23 | 0,35 | >= | 40 |
| $R_4$ | 0,55 | 0,32 | 0,34 | 0,25 | 0,45 | >= | 30 |

Например, на подготовку бакалавра за весь период обучения (четыре учебных года) по профилю $P_1$ (Прикладная математика и информатика) затраты составляют 0,25 отн. ед., по профилю $P_2$ (Математическое моделирование и вычислительная математика) – 0,15 отн. ед., по профилю $P_3$ (Системный анализ, исследование операций и управление) – 0,17 отн. ед., по профилю $P_4$ (Теоретическая информатика и кибернетика) – 0,23 отн. ед., по профилю $P_5$ (Системное программирование и компьютерные технологии) – 0,20 отн. ед.

Необходимо определить, в каком количестве следует осуществлять набор абитуриентов на соответствующий профиль по критерию минимизации издержек на подготовку бакалавра при данных ограничениях на ресурсы.

Математическая модель для данной задачи может быть представлена в виде регрессионной зависимости первого порядка. Пусть $x_1$ – количество абитуриентов, поступающих на обучение по профилю «Прикладная математика и информатика»; $x_2$ – количество абитуриентов, поступающих на обучение по профилю «Математическое моделирование и вычислительная математика»; $x_3$ – количество абитуриентов, поступающих на обучение по профилю «Системный анализ, исследование операций и управление»; $x_4$ – количество абитуриентов, поступающих на обучение по профилю «Теоретическая информатика и кибернетика»; $x_5$ – количество абитуриентов, поступающих на обучение по профилю «Системное программирование и компьютерные технологии».

Целевая функция общих затрат на подготовку студентов за весь период обучения:

$$f_{общ}(x_1, x_2, x_3, x_4, x_5) = \\ = 0{,}25x_1 + 0{,}15x_2 + 0{,}17x_3 + 0{,}23x_4 + \\ + 0{,}20x_5 \to \min \qquad (1)$$

при ограничениях на имеющиеся материальные, финансовые, учебные и кадровые ресурсы

$$\begin{cases} 0{,}52x_1 + 0{,}20x_2 + 0{,}25x_3 + 0{,}34x_4 + 0{,}45x_5 \geq 50; \\ 0{,}43x_1 + 0{,}25x_2 + 0{,}15x_3 + 0{,}24x_4 + 0{,}37x_5 \geq 60; \\ 0{,}45x_1 + 0{,}25x_2 + 0{,}24x_3 + 0{,}23x_4 + 0{,}35x_5 \geq 40; \\ 0{,}55x_1 + 0{,}32x_2 + 0{,}34x_3 + 0{,}25x_4 + 0{,}45x_5 \geq 30; \\ x_1 \geq 0; x_2 \geq 0; x_3 \geq 0; x_4 \geq 0; x_5 \geq 0; \text{ целые.} \end{cases} \quad (2)$$

Аналитическое решение задачи линейного программирования (минимизации функции общих затрат на подготовку студентов за весь период обучения) осуществляется с помощью симплекс-метода. В табличном процессоре Microsoft Excel имеется математический аппарат, реализующий данный метод.

Решение задачи в табличном процессоре выполняется с помощью инструмента «Поиск решения», в котором используется итерационный способ подбора параметров целевой функции. В результате решения задачи определяются: значения переменных $x_1$, …, $x_5$, соответствующие оптимальному набору абитуриентов по каждому профилю; значение целевой функции $f_{общ}(x_1, x_2, x_3, x_4, x_5)$, отражающее минимизацию издержек на обучение; объемы используемых ресурсов $R_1$, …, $R_4$, на подготовку бакалавров за период обучения по соответствующему профилю.

Для наглядного представления решения задачи рационального использования финансовых, материальных и кадровых ресурсов образовательного учреждения используется геометрический метод. Геометрическим местом точек, удовлетворяющих системе неравенств задачи с тремя переменными, является многогранник возможных решений.

Целевая функция общих затрат на подготовку студентов для решения задачи планирования набора абитуриентов по трем направлениям $f_{общ}(x_1, x_2, x_3) \to \min$ представляет собой проекции горизонтальных сечений целевой функции. Допустимыми решениями являются все точки многогранника ограничений.

В системе координат *OXYZ* определяется допустимая область, соответствующая ограничениям:

$$0{,}52x_1 + 0{,}20x_2 + 0{,}25x_3 \geq 50;$$
$$0{,}43x_1 + 0{,}25x_2 + 0{,}15x_3 \geq 60;$$
$$0{,}45x_1 + 0{,}25x_2 + 0{,}24x_3 \geq 40;$$
$$x_1 \geq 0;\ x_2 \geq 0;\ x_3 \geq 0.$$

Затем определяется вектор, координаты которого являются частными производными функции

$$f_{общ}(x_1, x_2, x_3) = 0{,}40x_1 + 0{,}25x_2 + 0{,}35x_3.$$

Плоскость целевой функции $f_{общ}(x_1, x_2, x_3)$ общих затрат на подготовку студентов, перпендикулярная вектору, перемещается в направлении, противоположном направлению вектора. Предельная точка области при перемещении плоскости является оптимальным решением (точкой минимума целевой функции).

Геометрическое решение задачи планирования набора абитуриентов представляет собой поиск такой точки многогранника решений, координаты которой обеспечивают линейной целевой функции общих затрат минимальное значение.

Для оценки эффективности планирования набора абитуриентов по соответствующему профилю можно использовать следующие показатели: $k_1$ – востребованность выпускников соответствующего профиля учебного заведения на предприятиях отрасли; $k_2$ – количество выпускников с красным дипломом; $k_3$ – количество победителей олимпиад, конкурсов; $k_4$ – участие в научно-исследовательской работе кафедры (университета).

Интегральный коэффициент эффективности планирования набора абитуриентов для соответствующего вида образовательных услуг:

$$K_{эфф} = 0{,}32 * k_1 + 0{,}28 * k_2 + \\ + 0{,}15 * k_3 + 0{,}25 * k_4.$$

Для рассматриваемого случая распределения финансовых, материальных, учебных и кадровых ресурсов образовательного учреждения и соответствующей оценки показателей $k_1 = 0{,}49$; $k_2 = 0{,}73$; $k_3 = 0{,}78$; $k_4 = 0{,}39$ (в отн. един.) значение интегрального коэффициента эффективности $K_{эфф} = 0{,}67$ планирования для набора абитуриентов на соответствующее направление за весь период обучения (четыре учебных года) по профилю $P_1$ (Прикладная математика и информатика).

Рассмотренные математические методы линейного программирования, симплекс-метод позволяют рационально решить задачу эффективного планирования набора абитуриентов для различных видов образовательных услуг в сфере высшего профессионального образования, определить уровень эффективности данного планирования.

Геометрическое решение задачи планирования набора абитуриентов позволяет оп-

ределить координаты, которые обеспечивают нахождение минимального значения линейной целевой функции общих затрат на подготовку студентов за весь период обучения.

Интегральный коэффициент планирования эффективного распределения различных ресурсов для набора абитуриентов соответствующего вида образовательных услуг может определяться рядом мероприятий. Измерение показателей для соответствующего профиля образовательного учреждения может выполняться в соответствии с выбранным заранее планом эксперимента.

Предложенные варианты использования методов математического моделирования и определения эффективного распределения различных ресурсов образовательного учреждения можно использовать не только при выборе мероприятий, но и при принятии управленческих решений по формированию политики в сфере образовательных услуг.

Для улучшения качества предоставляемых образовательных услуг необходимо каждый выбранный вариант корректировать в соответствии с требованиями образовательного стандарта и существующих в образовательном учреждении нормативных документов, положений, традиций, технических возможностей.

*Библиографический список*

1. Замков О. О., Толстопятенко А. В., Черемных Ю. Н. Математические методы в экономике : учебник. – 2-е изд. – М. : МГУ им. М. В. Ломоносова, Изд-во «Дело и Сервис», 1999. – С. 133.

2. Шлегель О. А. Математическая модель процесса руководства предприятием сферы сервиса // Общество в эпоху перемен: формирование новых социально-экономических отношений : материалы международ. науч.-практ. конф. : в 2 ч. Ч. 1 / отв. ред. Л. А. Тягунова. – Саратов : Изд-во «Научная книга», 2008. – 355 с.

3. Шлегель О. А., Любивая Т. Г. Планирование в сфере образовательных услуг методом линейного программирования // Глобализация и выбор стратегии экономики России : сб. ст. II международ. науч.-практ. конф. : в 2 ч. Ч. 1 / ФГОБУ ВПО «Государственный университет Министерства финансов Российской Федерации», кафедра «Мировая экономика». – М. : Изд-во ГУ МФ, 2011. – 219 с.

4. Шлегель О. А., Генералов Д. Н., Серебрякова Ю. А. Математическая модель процесса руководства предприятием производственной системы // Наука – промышленности и сервису : материалы Первой международ. науч.-практ. конф. Ч. II / Тольяттинский государственный университет сервиса. – Тольятти : Изд-во ТГУС, 2006. – 416 с.

***O. A. Schlegel****
**Schlegel Oleg, Doctor of Technical sciences, professor of*
*Volga Region State University of Service, Togliatti*
kaf_pmii@tolgas.ru
***T. G. Lyubivaya****
**Lyubivaya Tatiana, assistant of*
*Volga Region State University of Service, Togliatti*
kaf_pmii@tolgas.ru

## MODELING AND PLANNING OF RESOURCE USE IN THE INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION

*Key words: economic-mathematical modeling, solving the problems of planning in sphere of educational services, linear programming, rational use of educational institution resources, integral coefficient of planning.*

*Resource planning determines the activity of institutions of higher education. Modeling the tasks of rational resource use is possible with the help of linear programming. Such method provides the efficient distribution of material, financial, educational and human resources of educational institutions.*

*© Шлегель О. А., Любивая Т. Г., 2011*

## ДИСКУССИИ И ОБСУЖДЕНИЯ

УДК 930.253
***А. М. Дубовиков****
**Дубовиков Александр Маратович, доктор исторических наук, профессор*
*Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти*
alexdubovikov@yandex.ru

# ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ РАЦИОНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ НА МЕСТАХ (НА ПРИМЕРЕ ОПЫТА ИЗ ПРОШЛОГО ОДНОГО ИЗ РЕГИОНОВ ЮЖНОГО УРАЛА)

*Ключевые слова: Уральское казачье войско, войсковое хозяйственное правление, войсковые правила рыболовств, казачье сословие, казачье хозяйство, образцовая ферма-хутор.*

*Показаны в общих чертах особенности экономики Уральского казачьего войска второй половины XIX века за исключением промышленности и торговли. Освещены вопросы специфики климата и географического положения, а также обусловленные этими факторами особенности рыболовства, животноводства, выращивания зерновых культур, садоводства, бахчеводства и огородничества. Показана уникальность хозяйственных особенностей Уральского казачьего войска.*

**Общая характеристика.** Уральское казачье войско доходило на юге до 47-й, а на севере до 52-й параллели, а потому условия для хозяйственной деятельности в северных и южных станицах существенно различались. Северные (верхние) станицы располагались в зоне степей, переходящих в лесостепи, тогда как южные (низовые) станицы находились в полупустынной зоне, переходящей в пустыню. Леса практически отсутствовали, их дефицит способствовал не только весенним разливам, но и порывистым ветрам, которые в летний период переходили в песчаные бури. Такие природные условия позволяли заниматься земледелием лишь в северной и отчасти в средней части войсковых земель. Западная часть с ее многочисленными озерами, разливами и заливными лугами создавала прекрасные условия для развития овцеводства и коневодства. Южная часть была самой непригодной для развития сельского хозяйства, а потому основным, а зачастую и единственным занятием ее жителей было рыболовство, причем, доступ к ихтиофауне богатого рыбой Урала в границах Уральского войска был открыт лишь для лиц казачьего сословия.

Хлебопашество зародилось только на рубеже XVIII–XIX вв. «К работам – ленивцы, хлеба не пашут, а живут от рыбных доходов, с которых каждый казак до 200 рублёв в год получает, и от множества скота и лошадей, по именью излишних на сенокошенье лугов» (14, Д. 505/1, Л. 36 об.), – писал об уральских (яицких) казаках генерал фон-Фрейман в 1772 г.

Руководство экономикой Уральского войска в пореформенный период и в начале XX века осуществлялось хозяйственным правлением во взаимодействии со съездом выборных. Поскольку войско стремилось к ограничению имущественного расслоения, в нем определялось максимальное число десятин земли, которое могло быть распахано одной семьей. Подобные нормы касались и количества плугов, используемых во время распашки, и количества голов скота, которое казак может бесплатно пасти на войсковой земле. Н. А. Бородин отмечал: «Все это стесняет индивидуальную деятельность, но поддерживает общинную организацию и до известной степени устраняет чрезмерное скопление капиталов и богатств в немногих руках и экономическую зависимость массы» (13, т. 34, с. 884). Такая «уравниловка» оформилась не сразу, поначалу она касалась лишь рыболовной отрасли. Превышение установленных норм все же допускалось, но требовало уплаты определенной суммы в войсковую казну за каждую лишнюю десятину земли или голову скота. Более того, нормы, устанавливаемые для различных категорий казаков (нижних чинов, офицеров, генералов), были неодинаковы. Тем не менее в Уральском войске они были не столь существенны, как в других казачьих вой-

ских. Различие между нормами для офицеров и аналогичными нормами для нижних чинов было 1,5–2-кратным, тогда как в Терском войске – 6–7-кратным (6, с. 270).

Жестко регламентировалась даже незначительная хозяйственная деятельность. Например, сенокос начинается одновременно на всем войсковом пространстве, равно как и сбор ягоды терна, рубка талов для плетней или даже камыша на топливо. Не допускалось отчуждения в частную собственность никаких войсковых угодий. В других же казачьих войсках раздача земель в частную собственность военным и штатским чиновникам во 2-й половине XIX века широко практиковалась, о чем свидетельствовал А. А. Суров: «Казачьи офицеры и чиновники наделены землями в полную собственность, взамен пенсий; размер их наделов в различных войсках различный, а в каждом войске различен для генералов, штаб-офицеров и обер-офицеров» (13, т. 13, с. 884). К началу XX века в Оренбургском войске частной собственностью офицеров и чиновников являлись 5,6% войсковых площадей, в Терском – 5,9%, в Кубанском – 6,0%, в Астраханском – 10% (13, т. 13, с. 888-892).

На откуп богатым казакам могли сдаваться различные объекты инфраструктуры, о чем свидетельствуют объявления в официальной прессе тех лет. Например: «Желающие принять в откупное 4-летнее содержание переправы через Урал на трех паромах при Калмыковской крепости могут прийти в Войсковой канцелярии присутствие» (11. 1867. № 21). Богатые казаки нередко владели собственностью в других регионах страны. Например, офицеры братья Сумкины продавали участки в Бузулукском уезде тогдашней Самарской губернии (11. 1867. № 14).

**Рыболовство.** Уральское войско было единственным казачьим войском, где рыболовство играло главную роль в экономике (2, с. 431; 8, с. 38; 9, с. 104). По всем показателям этот промысел оставлял далеко позади любую местную отрасль сельского хозяйства, не говоря о промышленности края. И хотя к началу XX века рыболовство в значительной степени утратило прежние позиции, оно все еще продолжало оставаться самой доходной отраслью экономики края.

Уральское войско создало уникальную систему сезонных видов лова рыбы, не имевшую аналогов не только нигде в России, но и в мире. Каждый рыболовный промысел был обусловлен временем достижения максимума цены на его продукцию, но не только этим. Рыбы осетровых пород ежегодно мигрируют из Каспия в реки (в основном в Урал). Весной – чтобы выметать икру и вернуться в море, осенью – на зимнюю спячку, для которой рыба залегала по глубоким местам Урала (13, т. 34, с. 886). Осетровые рыбы способны размножаться только в пресной воде, чем и объясняются их сезонные миграции в реки (9, с. 106). В соответствии с официально установленными войсковыми «правилами рыболовства» все рыболовства различались по месту (морские и речные), по времени (весенние, осенние, зимние) и по степени значимости (основные и второстепенные). Морские рыболовства проводились на Каспии, речные – в водах Урала (преимущественно в низовье), а также в Большом и Малом Узенях. В войске была создана эффективная система охраны вод от браконьеров, которая предусматривала установленный штат сотрудников и специально предназначенные для этого суда (3, с. 29; 5, с. 27; 15. Д. 229-б, 4508, 4590/1). Важную роль играло и учреждение специальной службы, в компетенции которой находилось проведение экспериментов по выведению новых пород рыбы, спасение молоди рыбы в экстренных случаях, исследование местной ихтиофауны, сбор и анализ статистических данных об уловах и ценах, пропаганда передового опыта в области рыболовства. Все указанные службы содержались за счет войсковых средств (13, с. 887; 8, с. 38; 9, с. 105–106).

К началу XX века в Уральском войске всерьез заговорили о грядущем кризисе местного рыболовства, которому становилось все сложнее удовлетворять потребности растущего казачьего населения (4, с. 104; 10, с. 799; 11. 1872. № 32). С другой стороны, развитие капитализма в России создавало новую систему производственных отношений. Миграция казачьих семей из рыболовных станиц юга на торгово-промышленно-земледельческий север войска росла из года в год.

**Животноводство** в Уральском войске по своей значимости занимало второе место. «Второе достояние казаков, после рыболовства – это овцеводство… Овцеводство весьма выгодно в том отношении, что не требует особой заботливости», – писал Н. А. Александров (1, с. 42-43). Главными районами товарного животноводства были Чижинские разливы, побережье Узеней и Кушума. В се-

верных станицах товарное животноводство выражалось в разведении крупного рогатого скота, в основном в Благодарновской и Соболевской станицах. Сламихинская и Глиненская славились разведением всех видов скота, включая коневодство. Калмыковская – коневодством и овцеводством, Чижинская и Каменная – коневодством, Гурьевская и Кармановская – овцеводством (2, с. 600-607). Свиней разводили немногие ввиду старообрядческого запрета на свинину. Местная пресса отмечала, что в отличие от рыболовства животноводству не грозит кризис, и предсказывала ему хорошие перспективы: «Возрастающие ежегодно цифры этого промысла приводят к убеждению, что процветание скотоводства должно со временем составить одно из главнейших оснований для благосостояния войска» (11. 1867. № 28). При атамане Н. Н. Шипове была открыта «образцовая ферма» («хутор»), откуда каждый казак мог взять на время улучшенных производителей – породистых быков, каракулевых овец, йоркширских свиней и т. п. Животных не только давали напрокат, но и продавали, и даже дарили (8, с. 34).

В 1878 году соотношение между различными видами скота у казачьего населения было следующее: 68,1% поголовья составляли овцы, 16,8% – крупный рогатый скот, 13,9% – лошади (2, с. 600). К 1900 году ситуация несколько изменилась, прежде всего, в сторону увеличения доли крупного рогатого скота, однако овцеводство по-прежнему доминировало. Овцы составили 54,2%, крупный рогатый скот – 30,8%, лошади – 11,2% (9, табл. между с. 104–105). Сравнение уральских животноводческих показателей с аналогичными данными по другим казачьим войскам показывает, что в пересчете на одно казачье хозяйство показатели по крупному рогатому скоту и лошадям были средними. Но в показателях по мелкому рогатому скоту и особенно по верблюдам (их поголовье за 30 лет выросло в 40 раз) Уральскому войску не было равных.

**Огородничество, бахчеводство и садоводство.** Заниматься бахчеводством казаки стали в середине XVIII века, этому их научили переселенцы из Средней Азии («бухарцы» и «кизельбаши»). В 1860-е годы войсковое руководство отмечало, что огородничество находится «на довольно низкой степени развития» (11. 1867. № 28). Через 30 лет оценка уже иная: «Бахчи имеются повсеместно, даже в тех станицах, где нет хлебопашества. Всего овощей собрано около 100 тысяч возов» (8, с. 32). То есть на каждую казачью «душу» приходилось около воза овощей. Учитывая низкие цены на овощи в сезон их созревания, считать огородничество серьезным подспорьем в казачьем хозяйстве нельзя. Поэтому фрукты и овощи казаки выращивали, как правило, для собственного потребления.

В середине 1860-х годов в войске было лишь 30 садов. Через 20 лет – уже 229, а площадь под ними занимала 456 десятин. Еще через десятилетие (1895) садов стало значительно больше (381), а занимаемая ими площадь удвоилась (943 десятины). В 1898 году садов было уже 494. Площади, занимаемые садами, увеличились до 1372 десятин (еще в 1,5 раза), а в 1902 году под садами находилось уже 1768 десятин (больше еще на 30%) (9, с. 108; 7, с. 10). Заняться садоводством мог любой казак, подавший заявку, хотя сад мог быть в любое время востребован обратно. «Даже под усадьбой и под фруктовыми насаждениями земля считается войсковой собственностью; в случае общественной надобности ее можно отобрать с вознаграждением по оценке», – писал Н. А. Бородин (13, т. 34, с. 884).

**Хлебопашество.** Н. А. Александров писал: «Земля у уральца плохая, не хлебородная, на ней бахчи, огороды, есть кое-где и сады» (1, с. 34). В целом это так. По данным на 1878 год, удобные для земледелия площади составляли примерно 2 миллиона десятин, или около 30% земель войска (15. Д. 8544. Л. 54). Для сравнения: Кубанское войско имело 85% территории, удобной для земледелия. Донское войско – 88%, Терское – 90%, Оренбургское – 86% (12, с. 148). Почти все удобные земли располагались в северной части войска: 80% таких земель находились в Уральском отделе, 16% – в Калмыковском и лишь 4% – в Гурьевском. Но и удобные земли использовались далеко не в полной мере; под пашнями в 1878 году находилось около 485 тысяч десятин (из которых 98% – в Уральском отделе и 2% – в Калмыковском, а в Гурьевском таковых не было вообще) (15. Д. 8544. Л. 54). В 1898 году в войске под пашнями находилось 242978 десятин (3,7% территории), под лугами – 528037 десятин (7,9%), под огородами и садами – 8844 десятины (0,1%). По данным на 1902 год, в войсковых землях Уральского, Лбищенского и Гурьевского уездов было засеяно различными культурами соответственно 6,9, 2,0 и

0,04% площадей данных уездов (7, с. 4). К началу XX века среднее казацкое хозяйство в Уральском уезде производило 244 пуда пшеницы, 56 пудов овса, 44 пуда ржи, 29,5 пуда проса, 2,6 пуда ячменя. В Лбищенском уезде эти показатели были как минимум в 2 раза ниже. В Гурьевском уезде зерновые не выращивались вообще (7, с. 5). Казачьи семьи брали в пользование меньшие наделы, чем было позволено. На одно казачье хозяйство в Уральском уезде приходилось в среднем – 11,04, в Лбищенском – 8,37, в Гурьевском – 0,01 десятины (7, с. 4), хотя разрешалось брать бесплатно до 20 десятин на каждого казака (13, т. 34, с. 884).

Сравнивая Уральское войско с другими казачьими войсками, следует отметить, что показатели урожайности были в нем весьма неплохими, что выглядит парадоксально, если учесть, что Уральское войско располагалось в зоне рискованного земледелия. Малая численность населения и обширность территории компенсировали низкий процент пригодности земель. Поэтому использовались только лучшие из удобных земель.

*Библиографический список*

1. Александров Н. А. Казаки: донцы и уральцы. – М., 1899.
2. Бородин Н. А. Уральское казачье войско. – Уральск, 1891.
3. Данилевский Н. Я. Описание уральского рыболовства // Исследование о состоянии рыболовства в России. Т. III. – СПб., 1860.
4. Железнов И. И. Василий Струняшев: роман из казачьей жизни. – СПб., 1910.
5. Замятин А. Уральская область. – Уральск, 1913.
6. Караулов М. А. Материалы для этнографии Терской области. – СПб., 1902.
7. Обзор Уральской области за 1902 год. – Уральск, 1903.
8. Памятная книжка и адрес-календарь Уральской области на 1898 год.
9. Памятная книжка и адрес-календарь Уральской области на 1900 год.
10. Сборник протоколов съездов выборных от станиц Уральского казачьего войска за 25 лет (1875–1899). – Уральск, 1900.
11. Уральские войсковые ведомости.
12. Хорошхин М. П. Военно-статистическое обозрение казачьих войск. – СПб.,1881.
13. Энциклопедический словарь Ф. Брокгауза – И. Ефрона.

*Архивные документы*

14. Российский государственный архив древних актов. (РГАДА) Фонд 6 (государственные преступления).
15. Государственный архив Оренбургской области (ГАОО) Фонд 6 (канцелярия оренбургского губернатора). Опись 10 (пограничная комиссия).

***A. M. Dubovikov****
**Dubovikov Alexander, Doctor of historical sciences, professor of*
*Volga Region State University of Service, Togliatti*
alexdubovikov@yandex.ru

## HISTORICAL AND CULTURAL ASPECTS OF EFFICIENT LOCAL ECONOMY (BY EXAMPLE OF THE PAST EXPERIENCE OF SOUTHERN URAL REGION)

*Key words: Ural Cossack troops, troop economic governance, military fishing rules, Cossack class, Cossack economy, model farm.*

*The article features the overview of economic peculiarities of the Ural Cossack troops of the second half of the XIX century with the exception of industry and commerce. The author has studied specific climate and geographic location, in terms of their influence on local fishery, livestock breeding, crops growing, gardening, fruit and vegetable growing. The work shows unique economic characteristics of the Ural Cossacks.*

*© Дубовиков А. М., 2011*

## ТОЧКА ЗРЕНИЯ

УДК 37.014.54
***Т. В. Полякова****
**Полякова Татьяна Валериевна, аспирант*
*Тольяттинский государственный университет, г. Тольятти*
T.Lu@tltsu.ru

# МОДЕЛЬ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СФЕРЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ РЕГИОНА

*Ключевые слова: образовательные услуги, обеспечение конкурентоспособности, регион, модель.*

*Рассматриваются особенности конкурентной среды в сфере образовательных услуг региона, сформулированы цель, принципы и задачи обеспечения конкурентоспособности сферы образовательных услуг региона, предложены направления образовательных услуг региона.*

Существующие тенденции и обострение конкурентной борьбы на рынке образовательных услуг объективно приводят к необходимости решения вопросов корректировки и координации политики субъектов сферы образовательных услуг с учетом экономических особенностей регионов.

Для обеспечения конкурентоспособности субъектов сферы образовательных услуг необходимо становление механизма, основанного на инновационном инструментарии воздействия на существующий потенциал конкурентоспособности. В этой связи именно инновационное развитие образовательной системы в целом и обеспечение ее конкурентоспособности может гарантировать конкурентоспособность образовательных услуг региона.

Характерными особенностями конкурентной среды на региональных рынках образовательных услуг являются: нарастающая зависимость от демографических и миграционных процессов; наличие диспропорции между объемом, качеством подготовки квалифицированных специалистов и запросами социально-экономической сферы; отсутствие информационной прозрачности, при которой потребители могли бы получить достоверные сведения о качестве оказываемых им образовательных услуг; усиление государственного вмешательства, что выражается прежде всего в предпринимаемых мерах по жесткой увязке ресурсного обеспечения вузов с результатами их деятельности и ужесточении входных барьеров на рынок образовательных услуг (аккредитации и лицензирования) [1].

Целью инновационного обеспечения конкурентоспособности субъектов сферы образовательных услуг в регионе является формирование условий и механизмов, которые:

- обеспечат качественные изменения в самой сфере образовательных услуг региона для предоставления возможностей человеку многогранно развиваться как духовной, творческой и здоровой личности в соответствии с требованиями современного развития региона;
- создадут условия для заинтересованного участия общества в развитии образования;
- в полной мере будут учитывать общественный запрос со стороны различных групп населения;
- будут способствовать эффективному, конкурентоспособному и устойчивому социально-экономическому развитию региона;
- отвечают тенденциям развития современной России как ведущего участника глобальных отношений в мире.

Инновационное обеспечение конкурентоспособности образовательных услуг в регионе основывается на принципах:

- опережающего развития сферы образовательных услуг;
- проектирования инновационного развития сферы образовательных услуг;
- открытости сферы образовательных услуг и общественного участия;
- непрерывности образовательной деятельности;
- стратегического инвестирования;
- инновационности образовательной среды.

Основные направления и задачи инновационного обеспечения конкурентоспособности образовательных услуг в регионе:

- развитие единой образовательной среды региона;
- обеспечение доступности и качества образовательных услуг;
- развитие общественно-гражданских форм управления процессами образовательных услуг региона, и в первую очередь на основе государственно-частного партнерства;
- внедрение в систему образовательных услуг региона эффективных экономических механизмов и повышение ее инвестиционной привлекательности.

Развитие сферы образовательных услуг основано на перспективных потребностях экономической и социальной сфер региона. Стоит отметить, что к числу основных групп показателей конкурентоспособности сферы образовательных услуг региона можно отнести [2, 3]:

1. Организационные, основывающиеся на формировании качеств образовательной услуги, соответствующих всем нормам и стандартам, установленным законодательством и другими актами.

2. Стоимостные, базирующиеся на цене услуг сферы образования, с учетом ее конкретной полезности для покупателя в определенный период времени.

3. Маркетинговые, построенные на использовании рыночного инструментария по созданию и поддержанию качественных характеристик, формированию стратегии, имиджа образовательного учреждения, осуществление рекламных и PR акций и др.

4. Потребительские, учитывающие определенные взаимоотношения между учреждениями сферы образования и конечными потребителями их услуг.

5. Мотивационные, основанные на внутренней мотивации персонала и степени удовлетворенности результатами своего труда.

Регионы и дальше должны и будут играть решающую роль в инновационном развитии образования, поскольку:

- стартовый шаг любой образовательной реформы – ее регионализация;
- чрезвычайно важное значение имеет образовательное законотворчество субъектов федерации, которое является как фактором обогащения общефедерального законодательства об образовании, так и действенным инструментом развития образования в регионах.

Только при активном участии регионов в реформе сферы образовательных услуг возможно увидеть, поддержать и распространить наиболее ценные содержательные инициативы лучших учителей школ, преподавателей вузов. Только такие инициативы позволят сделать реформы реально инновационными, поднять качество образования на новый уровень.

Разработка конкурентной политики предоставления образовательных услуг в регионе связана с решением следующих задач:

1) выделение места и роли образования в структуре социально-экономических взаимоотношений; раскрытие особенностей управления образовательной системой в странах с развитой рыночной экономикой и России;

2) определение сущности и специфики понятия образовательной услуги;

3) проведение анализа факторов, влияющих на конкурентоспособность образовательной услуги в условиях нарастающей сложности и изменчивости окружающей среды; разработка основных требований к процедурам оценки, сертификации и оптимизации образовательной программы в решении проблем управления эффективностью образовательной услуги, а также выработка механизмов реализации данных процедур;

4) автоматизирование процедуры оптимизации интегрированной образовательной программы.

Необходимыми мерами по обеспечению конкурентоспособности образовательных услуг являются:

- разработка и апробация различных моделей регионального управления образованием в связи с возрастанием роли регионов в его развитии;
- нормативно-правовое обеспечение функционирования и развития региональных систем образования на уровне законодательных актов субъектов федерации.

Инновационного обеспечения конкурентоспособности образования можно достичь в первую очередь за счет: а) интеграции сферы образования, науки и производства; б) разработки проектов, связанных с развитием различных отраслей экономики, фундаментальной и прикладной науки, с обновлением содержания образования и технологий обучения; в) создания учебно-научно-производ-

ственных комплексов, объединений, инновационных парков, бизнес-инкубаторов при каждом успешном вузе с их государственной поддержкой.

Цель инновационного обеспечения конкурентоспособности образовательных услуг в регионе – это подготовка квалифицированного профессионального работника, соответствующего требованиям времени, способного вносить позитивные изменения в экономическую и социальную сферу региона, обученного организовывать бизнес и работать в условиях конкретных регионов и производств, разрабатывать и проводить на практике мероприятия ресурсно-инновационной политики предприятий и территорий.

В рамках поставленной цели должны решаться следующие задачи:

- оптимизация структуры и совершенствование организации сферы образовательных услуг;
- внедрение системы, направленной на формирование профессиональных компетенций и социальной ответственности обучающихся;
- формирование конкурентоспособного инновационного механизма функционирования сферы образовательных услуг;
- обеспечение взаимодействия с органами государственного и муниципального управления, предприятиями и организациями всех форм бизнеса с целью обеспечения требуемых показателей конкурентоспособности;
- координация научно-исследовательских работ исходя из требований учебного процесса учебного заведения и потребностей промышленности региона;
- развитие системы региональных научно-инновационных, внедренческих, инжиниринговых центров и производственных площадок;
- создание региональных интегрированных структур «образование – наука – производство» на базе высших учебных заведений;
- формирование регионального консалтингового центра инновационных технологий;
- обеспечение конкурентоспособности учреждений системы профессионального образования на рынке производственных и образовательных услуг.

Результатом реализации такой инновационной образовательной программы региона должны стать:

- создание устойчиво функционирующего образовательного механизма, включающего современные материально-технические, информативные, учебно-методические, научно-исследовательские, социальные комплексы, обеспечивающие максимально возможную деятельность учреждений в области подготовки квалифицированного работника высокого профессионального уровня, способного производить позитивные изменения в области профессиональной деятельности, экономики и в социальной сфере регионов. Программа предусматривает развитие интеграции учреждений в рынок труда, образовательных услуг.

Таким образом, представляется возможным сделать вывод, что инновационное обеспечение конкурентоспособности сферы образовательных услуг в регионе выдвигает особые требования к повышению качества функционирования организаций данной сферы. Реализация этих требований возможна только через:

- интеграцию образования, науки и производства как сложной динамичной системы, каждому состоянию которой соответствуют определенные связи между ее компонентами;
- реализацию проектно-целевого подхода к организации сферы образовательных услуг, рассматривающего цели, содержание, технологии образования как проект инновационной деятельности на интегративной основе;
- формирование и развитие региональных систем образовательных услуг, в которых регион выступает в качестве субъекта, взаимодействующего как с высшими, средними и начальными профессиональными учебными заведениями, так и с социальным, экономическим и культурным комплексами;
- через взаимодействие регионального рынка образовательных услуг с рынком труда, что является предпосылкой интеграционных процессов как внутри профессионального образования, так и в цепочке «образование – наука – производство»;
- изменение требований к самой оценке качества сферы образовательных услуг, предусматривающих регулирование процесса на основании оценивания его состояния по специально выделенным критериям качества для всех компонентов системы.

*Библиографический список*

1. Палуба О. Ю. Концептуальные модели измерения качества, направленные на повышение конкурентоспособности вузов на мировом рынке образовательных услуг // Теоретический и научно-практический журнал «Организатор производства». ВПХУ. – 2006. – № 7.
2. Афоничкин А. И., Горелик О. М., Волохин С. Б. Повышение конкурентоспособности образовательных услуг высшей школы в регионе (на примере Самарской области) // Маркетинг образовательных услуг. – М. : МЭСИ, 2008.
3. Сагинова О. В. Маркетинг высшего образования: основные понятия и тенденции // Маркетинг образовательных услуг. – М. : МЭСИ, 2002.

---

***T. V. Polyakova****
**Polyakova Tatyana, graduate student of*
*Togliatti State University, Togliatti*
T. Lu@tltsu.ru

**MODEL FOR PROVIDING COMPETITIVENESS OF EDUCATIONAL SERVICES IN THE REGION**

*Key words: educational services, providing competitiveness, region, model.*

*The article considers the main features of competitive environment in sphere of educational services in the region. The author has formulated the purpose, principles and objectives of providing competitiveness of educational services in the region. Certain directions of educational services development in the region are suggested in the article.*

---

*© Полякова Т. В., 2011*

# CONTENTS

## MANAGING SOCIAL DEVELOPMENT

*Savrukov Alexei* 8
METHODOLOGICAL FRAMEWORK FOR MONITORING
OF HOUSING MORTGAGE LENDING
*The article features the algorithm for monitoring of housing mortgage lending. This algorithm conforms to the bilateral nature of such crediting and includes detailed description of major stages of its implementation. The author has also suggested the system of indicators used to assess the development of mortgage lending.*

## REGIONAL DEVELOPMENT

*Gorelik Olga* 13
PROBLEMS OF EVALUATING THE EFFECTIVENESS
OF EDUCATIONAL SERVICES
*The article considers the actual issues of investment in human capital in sphere of professional education. The author provides the analysis of existing methods for calculating cost-effectiveness of education, and suggests the algorithm for determining the effectiveness of professional education.*

*Gutyuk Elena* 21
GROWTH FACTORS OF REGIONAL MARKET OF INTELLECTUAL SERVICES
*The article highlights the main growth factors of intellectual services market. The author presents comparative analysis of changes taking place in this market in Russia in general and particularly in Samara region. Special attention is paid to the market peculiarities, such as providing intellectual services to virtual organizations.*

*Davidovich Anna* 28
METHODOLOGY OF EVALUATING SOCIAL SIGNIFICANCE
OF CATERING COMPANIES, CLAIMING THE STATE TARGET BUSINESS SUPPORT
*The article considers the assessment of social significance of catering companies, claiming the state target business support. The author suggests the system of interrelated indicators (such as number of seats, class of catering company, area, number of employees, analysis of the main activity), which together will determine the aggregate indicator, reflecting the priority of the applicant for state support.*

*Kandrashina Elena* 32
STUDY OF FUNCTIONAL AND CONSTITUTIVE CHARACTERISTICS
OF THE REGION
*The article considers the necessity of differentiating concepts and definitions, and clarification of the essential content of certain economic categories. This issue becomes especially important due to the increased role of regional governance, the emergence of local government, as well as the influence of regional organizations on socio-economic development of territories.*

*Kuznetsova Olga* 36
EVALUATION OF MIGRATION ATTRACTIVENESS OF RUSSIAN REGIONS
(BY EXAMPLE OF SAMARA)
*The article features the analysis of potential inner migration of Samara region in terms of leaving the region. By example of Samara the author has analyzed the information received through interviewing the population about the immigration preferences and their reasons. She has also analyzed the factors of migration attractiveness of the region among different social groups. Certain conclusions were drawn about the effect of rejecting and attracting migration factors on the decision to change residence.*

*Nechitailo Alexander* 44
*Nechitailo Sergey*
FRANCHISING AS A FORM OF UNIVERSITY'S ACTIVITY
*The article presents one of the possible ways of business development in higher education. The authors suggest a way to increase the university segment and revenue in the education market, which could be reached through educational franchising. The work features definitions of educational franchise notions, such as university franchising, franchise and royalty. The analogy is drawn between the advantages and disadvantages of educational and business franchising.*

*Rudenko Alexander* 49
ANALYSIS AND EVALUATION OF RESOURCE SUPPLY EFFECTIVENESS IN THE LONG-TERM BUSINESS ACTIVITY
*The article considers contents, objects, algorithm of analysis and effectiveness evaluation of resource supply in the long-term business activity. The author has structured the relationship between analytical problems and types of management decisions.*

*Ryabov Valentin* 54
FORMS AND MECHANISMS OF INTERACTION BETWEEN AUTHORITIES AND BUSINESS STRUCTURES OF THE REGION
*The article considers the issue of effective interaction between the authorities and business organizations in the region, based on improvement of control function. The author has outlined the forms and mechanisms of such interaction and carried out the analysis of methodological and normative documents, regulating the procedure of external financial control of the enterprise.*

*Starchikova Natalya* 59
FINANCIAL PLANNING IN THE HOTEL
*The author names the most promising kinds of tourism, offered by the world tourism market. She also studies the problems of financial planning and the issues connected to the hotel budget, as well as the main components of the hotel budget. The article features the basic expenses of the hotel, and the key indicator of project investment effectiveness. Certain ways to increase the profit of the hotel are suggested in this research.*

*Tyurina Natalia* 64
*Kuznetsova Inna*
PERFORMANCE ENHANCEMENT OF PRIVATE FARMS BASED ON PRODUCTIVE RESOURCES
*The author has carried out comparative assessment of theoretical and actual performance indicators of private farms. The detected deviation indicates the production reserves of individual farms in Saratov region. Studying specific conditions of private farms helps to identify several options of productive resources combinations and to choose the best one of them. The research provides certain recommendations for intensive development of production at private farms of Saratov region.*

**REGIONAL SERVICE SPHERE: ECONOMICS, ORGANIZATION AND MANAGEMENT**

*Appanova Yulia* 68
RESOURCE SUPPLY OF SERVICE SPHERE COMPANIES: METHODOLOGICAL APPROACHES TO MANAGEMENT
*The author has examined and described the existing approaches to management assessment. The article reveals the importance of systematic approach to assessment of resourcing management in service sphere. Certain ways of resource supply assessment in service sphere are suggested in this work.*

*Bakankova Elena* 74
TOOLS OF IMAGE-MAKING FOR SERVICE SPHERE COMPANIES
*The article studies basic tools of creating the image of service sphere companies, describes the process and stages of its formation. The present time is characterized by rapidly changing, constantly developing society. In these conditions, the key factor of creating the company's image becomes the degree of its conformity with the mission, goals, objectives and requirements of the society*

*Grashin Sergey* 78
PERSPECTIVES OF SERVICE SPHERE DEVELOPMENT IN THE REGION
*The article considers peculiarities and uniqueness of regional service companies, service rendering, using progressive forms of labor division and cooperation, enhancement of working places, providing better working conditions and development of effective salary systems. The author has also studied ways of forming efficient infrastructure of the company and the issues of territorial programming process.*

*Kovtunenko Anna* 81
ASSESSMENT METHODS OF FORMING STRATEGIC COMPETITIVENESS OF SERVICE INDUSTRIES
*The author suggests certain assessment methods of forming strategic competitiveness of service industries. Given methodology is stipulated by the necessity to analyze different levels of competition, on which the company carries out its business activities, in order to take effective strategic management decisions.*

*Kolodina Olga* 88
DEVELOPING TOOLS FOR RESOURCE MANAGEMENT
IN SERVICE SPHERE COMPANIES
*The article considers the concept of enterprise resources, as well as their taxonomy, characterized by a number of features. Methodology of resource identification and assessment is based on stable combinations of resources, generated on the basis of primary and secondary processes of creating the company's value. In her research the author suggests certain directions of controlling resource flow parameters and transformation by means of appropriate methods.*

*Savina Tatyana* 94
SPECIFIC ECONOMIC MODELING FOR THE ANALYSIS OF FUNCTIONING
AND DEVELOPMENT OF INFORMATION SERVICE MARKET IN SAMARA REGION
*The author describes the application of economic and mathematical models (and their types) in analyzing and assessing the development of regional market of information products and services. Particular attention is paid to economic models in the context of forming the Information Market.*

*Timofeev Dmitry* 98
MANAGEMENT OF CUSTOMER SERVICE
*The article considers the distinctive features of customer service management for cargo-handling equipment.*

*Tyurina Svetlana* 106
ORGANIZATION OF EDUCATIONAL SERVICES FOR DOUBLE DEGREE PROGRAM
*The article features quantitative characteristics of DDP introduction in Russia. The author proposes the algorithm for providing educational services in the framework of double degree program. This program has been developed based on the experience of introducing parallel higher education in Volga Region State University of Service, according to the undergraduate program of professional standard, «Informatics and IT» of Ruse University «Angel Knchev», Bulgaria.*

*Filatova Vera* 111
FORMATION OF CRISIS MANAGEMENT STRATEGIES
AND DEVELOPMENT OF SERVICE SPHERE COMPANIES
*Strategic development plays important role in crisis management. The author has formulated the main approaches to the concept of «crisis management strategy». Strategic objectives, which are determined by the mission of the company, stipulate either new or existing potential of its performance.*

**HUMAN RESOURCES MANAGEMENT**

*Kukina Svetlana* 119
METHODOLOGICAL APPROACH TO PERSONNEL EFFICIENCY ASSESSMENT
IN SERVICE SPHERE COMPANIES IN MODERN CONDITIONS
*The article considers methodological aspects and practical experience of implementing the evaluation methods of personnel management effectiveness in modern Togliatti.*

*Loginova Yulianna* 124
ASSESSMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES PERSONNEL
*The article examines the process of personnel assessment in domestic industrial enterprises. The author considers the results of researches, carried out by Russian economists on the issues of job evaluation system. The work features various approaches to personnel assessment, its essential functions and basic stages.*

**INVESTMENTS AND INNOVATIONS**

*Ostroukhova Valentina* 128
INFLUENCE OF OPERATING COSTS ON PERFORMANCE INDICATORS
OF CHEMICAL COMPANIES' INVESTMENT
*The article deals with the influence of operating costs on performance indicators of chemical companies' investment. The author has developed certain recommendations aimed at creating the optimal structure of operating costs, as well as increasing the net income from investment activity.*

*Sergeyev Nicholay* 137
INNOVATIVE COMPONENT OF INCREASING ENERGY EFFICIENCY OF INDUSTRY
*Energy efficiency is regarded as integral part of innovative development of the company. The article features methodology of selecting alternative projects of energy saving, taking into account their impact on innovative potential of industrial enterprise.*

## OBSTRUCTIONS

*Vereshchagina Lyudmila* 141
ESSENCE OF DEVELOPMENT RESERVES OF ORGANIZATIONAL-ECONOMIC MECHANISM OF INDUSTRIAL ENTERPRISE MANAGEMENT
*The article features the process of formation of theoretical knowledge about reserves and development factors of organizational-economic mechanism of industrial enterprise management. The author has carried out comparative analysis of approaches of Russian economists to the definition of content and nature of this economic category.*

*Chuvashov Nicholay* 146
PERFORMANCE AS A RESULT OF INDUSTRIAL AND ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES AND ITS IMPACT ON SOCIAL DEVELOPMENT
*It is obvious that productivity growth becomes one of the most important challenges that the State faces nowadays. This aspect influences the economic performance of the country as a whole, just as company managers influence the performance of small organizations.*

## MANAGEMENT TECHNOLOGIES

*Ugryumova Natalia* 152
IMPROVEMENT OF COMPANY MANAGEMENT BASED ON DESCRIPTION AND OPTIMIZATION OF BUSINESS PROCESS
*The article is devoted to the actual problem of using process approach to management in Russian companies. The research considers process control technology for business improvement. The author has proposed an algorithm describing business processes taking place during the implementation of reengineering.*

## MARKETING MANAGEMENT

*Volovikov Boris* 156
CREATING OPTIMAL MARKETING STRATEGY FOR INDUSTRIAL ENTERPRISE
*The article deals with the optimization of choosing marketing strategy for industrial enterprise. Consideration of the innovative component helps to adjust the program of strategic actions, aimed at implementing the marketing plans of products promotion in the market, and to develop the optimal production plan. The use of comprehensive optimization criterion makes it possible to consider the risks associated with the promotion of innovative products and the indicators of marketing attractiveness of target segments.*

*Koluschinskaya Oksana* 162
FEATURES OF FORMATION OF MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES FOR COMPANIES OF COMMUNICATION SPHERE
*The article considers various options for creating the system of marketing communications, taking as example the company of communication sphere. The author has outlined the main approaches to creation of marketing channels. Special attention is paid to the development of marketing communication strategy and its implementation tactics.*

## MATHEMATICAL AND INSTRUMENTAL METHODS OF ECONOMICS

*Schlegel Oleg* 168
*Lyubivaya Tatiana*
MODELING AND PLANNING OF RESOURCE USE IN THE INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION
*Resource planning determines the activity of institutions of higher education. Modeling the tasks of rational resource use is possible with the help of linear programming. Such method provides the efficient distribution of material, financial, educational and human resources of educational institutions.*

## DISCUSSIONS AND COUNSELS

*Duboviko Alexander* 172
HISTORICAL AND CULTURAL ASPECTS OF EFFICIENT LOCAL ECONOMY (BY EXAMPLE OF THE PAST EXPERIENCE OF SOUTHERN URAL REGION)
*The article features the overview of economic peculiarities of the Ural Cossack troops of the second half of the XIX century with the exception of industry and commerce. The author has studied specific climate and geographic location, in terms of their influence on local fishery, livestock breeding, crops growing, gardening, fruit and vegetable growing. The work shows unique economic characteristics of the Ural Cossacks.*

## POINT OF VIEW

*Polyakova Tatyana* 176
MODEL FOR PROVIDING COMPETITIVENESS OF EDUCATIONAL SERVICES IN THE REGION

*The article considers the main features of competitive environment in sphere of educational services in the region. The author has formulated the purpose, principles and objectives of providing competitiveness of educational services in the region. Certain directions of educational services development in the region are suggested in the article.*

| Автор статьи | Название статьи | № выпуска | Стр. |
|---|---|---|---|
| | **МАКРОУРОВЕНЬ** | | |
| *Блинов А. О., Сидорова А. В.* | ВОПРОСЫ ПРОБЛЕМЫ «БЕДНОСТИ» В РОССИИ И УКРАИНЕ | 3 | 9 |
| *Булавко О. А.* | ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ И ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННО-ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ | 5 | 9 |
| *Захаров И. В.* | УПРАВЛЕНИЕ МОДЕРНИЗАЦИЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ | 1 | 16 |
| *Кара А. Н.* | КАЧЕСТВО ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ | 2 | 20 |
| *Корнеева Е. Н.* | МЕНЕДЖМЕНТ ИЗМЕНЕНИЙ В РОССИЙСКИХ ВУЗАХ В УСЛОВИЯХ РЕФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ | 2 | 16 |
| *Мазаева Н. Н.* | МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ РОССИИ И ЕС | 2 | 6 |
| *Рябов И. В.* | СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ КАК ФАКТОР ЭВОЛЮЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ | 1 | 9 |
| *Савруков А. Н.* | МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОНИТОРИНГА СИСТЕМЫ ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ | 6 | 8 |
| *Филатов Ю. Н.* | ПОВЫШЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА КАК УСЛОВИЕ ПЕРЕХОДА К ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ | 2 | 12 |
| *Филатова И. В.* | ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ | 5 | 16 |
| *Шафиев Р. М.* | СОВРЕМЕННЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ НА РЫНКЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА | 3 | 19 |
| *Швецов А. В.* | ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЦИКЛИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ | 3 | 16 |
| | **МЕЗОУРОВЕНЬ** | | |
| *Ерохина Л. И., Ковтуненко А. В.* | МЕТОДИКА ОЦЕНКИ СРЕДЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ | 6 | 81 |
| *Абрамова Л. А.* | ДИАГНОСТИКА ВОСТРЕБОВАННОСТИ ДЕЛОВЫХ УСЛУГ В САМАРСКОМ РЕГИОНЕ | 3 | 36 |
| *Азарова С. П.* | ХАРАКТЕРИСТИКА СТРУКТУРЫ И СВОЙСТВ УСЛУГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ | 2 | 74 |
| *Аппанова Ю. Э.* | РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ: МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ | 6 | 68 |
| *Баканкова Е. М.* | ИНСТРУМЕНТАРИЙ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ | 6 | 74 |
| *Барсуков Д. П., Крылов С. Ю.* | ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТА: ПРИНЦИПЫ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ | 1 | 116 |
| *Башмачникова Е. В.* | ЭЛЕМЕНТЫ МЕХАНИЗМА РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА | 3 | 28 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *Бутузова Л. Л.* | КЛАСТЕРНАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ МАЛЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ | 2 | 26 |
| *Валиев Ш. З., Гавриленко И. Г.* | МОНИТОРИНГ РЫНКА УСЛУГ ПО УПРАВЛЕНИЮ МНОГОКВАРТИРНЫМИ ДОМАМИ – РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ | 3 | 63 |
| *Ветошко Г. В.* | ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ | 3 | 52 |
| *Витевская О. В.* | ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ | 1 | 72 |
| *Волохин С. Б.* | ИССЛЕДОВАНИЕ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПОТЕНЦИАЛОВ: ВЫЯВЛЕНИЕ МУЛЬТИПЛИКАТИВНЫХ АНТИКРИЗИСНЫХ ЭФФЕКТОВ | 2 | 51 |
| *Воронина Н. А.* | ПРОИЗВОДСТВЕННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ | 1 | 81 |
| *Гончарук А. С.* | СТРУКТУРА УСЛУГ И ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ | 3 | 45 |
| *Горелик О. М.* | ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ | 6 | 13 |
| *Грашин С. А.* | ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ УСЛУГ | 6 | 78 |
| *Гусев А. Ю.* | СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА МОЛОКО В УСЛОВИЯХ РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ | 2 | 104 |
| *Гуськова Т. Н.* | РЫНОК ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В РОССИИ: СТАТИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ | 5 | 68 |
| *Гутюк Е. Н.* | ФАКТОРЫ РОСТА РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ | 6 | 21 |
| *Давыдович А. Р.* | ОСОБЕННОСТИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ СИСТЕМ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ | 3 | 42 |
| *Данилова С. В.* | ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГИКО-СТРУКТУРНОГО АНАЛИЗА ПРИ РАЗРАБОТКЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ В ВУЗЕ | 5 | 20 |
| *Домнина С. В.* | ВОПРОСЫ ОЦЕНКИ БЛАГОСОСТОЯНИЯ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА | 3 | 23 |
| *Евтодиева Т. Е.* | ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ЛОГИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА | 4 | 30 |
| *Ермишин С. П.* | ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ ЭКСКУРСИОННОГО ДЕЛА В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ | 4 | 66 |
| *Ерохин Р. Г.* | МЕТОДИКА ЗАВИСИМОСТИ МЕЖДУ УРОВНЕМ РАЗВИТИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ПОСТАВЩИКА И ПОТРЕБИТЕЛЯ | 1 | 94 |
| *Загребова Л. Е.* | СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ТОЛЬЯТТИ | 1 | 22 |
| *Иваненко А. А.* | МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЫЯВЛЕНИЯ КЛАСТЕРОВ | 2 | 47 |
| *Кирпичников В. М.* | ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ В РАЗВИТИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ТОЛЬЯТТИ | 1 | 47 |
| *Коваленко Е. В.* | ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ГИПОТЕЗА АНАЛИЗА ЛОКАЛЬНЫХ ЗЕРНОПРОДУКТОВЫХ РЫНКОВ ПОСТДЕПРЕССИВНОГО ПРОМЫШЛЕННОГО РЕГИОНА | 1 | 34 |
| *Колодина О. Н.* | РАЗРАБОТКА ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ | 6 | 88 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *Кондрашина Е. А.* | ИССЛЕДОВАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК РЕГИОНА | 6 | 32 |
| *Коробкова О. К.* | КЛАССИФИКАЦИЯ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ | 5 | 53 |
| *Корчагин П. В.* | ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАДЕЖНОСТЬ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЫНКА МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ | 1 | 91 |
| *Крылов С. Ю., Литвин Ю. Ю.* | УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫМ ПРОЕКТОМ | 1 | 39 |
| *Кудрявенкова О. Л.* | АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫМ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ КОМПЛЕКСОМ РЕГИОНА (РСЭК): МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ | 4 | 35 |
| *Кузнецова О. В.* | ОЦЕНКА МИГРАЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ РОССИИ (НА МАТЕРИАЛАХ ПО ГОРОДУ САМАРЕ) | 6 | 36 |
| *Кукина С. Д.* | МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ПОВЫШЕНИЮ КВАЛИФИКАЦИИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ | 2 | 69 |
| *Кулапина Г. М.* | УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ | 5 | 59 |
| *Кулапина Е. В.* | ВОЗМОЖНОСТИ ОСОБОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОРОДА ТОЛЬЯТТИ | 4 | 40 |
| *Латышева О. Б.* | ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ УСЛУГ | 4 | 73 |
| *Лашманкина К. Ю.* | АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ | 3 | 72 |
| *Лебедев А. В., Кадышев М. Е.* | ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ МЕХАНИЗМА ТРАНСФОРМАЦИИ СБЕРЕЖЕНИЙ В ИНВЕСТИЦИИ | 2 | 58 |
| *Ляхов А. Ю.* | СТРУКТУРНАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЖИЛИЩНЫМ ФОНДОМ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ | 4 | 48 |
| *Майорова С. В.* | МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ДЕЛОВЫХ УСЛУГ | 4 | 77 |
| *Мальшина Н. А.* | ПРИМЕНЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРИНЦИПОВ В СФЕРЕ СЕРВИСА И ТУРИСТСКИХ УСЛУГ | 4 | 54 |
| *Маршанская О. В.* | ФИНАНСИРОВАНИЕ ПРИРОДООХРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ТОЛЬЯТТИКАУЧУК» (РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ) | 4 | 15 |
| *Маслова О. П.* | РАСЧЕТ ПОКАЗАТЕЛЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ НА ОСНОВЕ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА | 1 | 64 |
| *Медведева Н. А.* | ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА МОЛОКА И МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В ВОЛОГОДСКОМ РЕГИОНЕ | 2 | 94 |
| *Миронова Д. Д.* | ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕГИОНЕ НА ОСНОВЕ ЭФФЕКТИВНЫХ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ | 4 | 18 |
| *Морякова А. В.* | МЕТОДИКА КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ УРОВНЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ПРОЦЕССА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ЛАНДШАФТНОГО ДИЗАЙНА | 2 | 64 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *Нечитайло А. А. Нечитайло С. А.* | ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФОРМА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА | 6 | 44 |
| *Никольская В. А., Розова С. В.* | ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТНОЙ ФОНД ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ: ДВА ВЗГЛЯДА НА РЕШЕНИЕ ОДНОЙ ПРОБЛЕМЫ | 1 | 97 |
| *Обоймова Н. Т. Довлатян Г. П.* | МАРКЕТОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ КОНЦЕПЦИИ ИССЛЕДОВАНИЯ СОСТОЯНИЯ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА В МУНИЦИПАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ | 5 | 48 |
| *Подрез М. С.* | УЧАСТНИКИ РОССИЙСКОГО РЫНКА ОХРАННЫХ УСЛУГ И КАЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА ИХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ | 4 | 60 |
| *Руденко А. А.* | СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ | 5 | 36 |
| *Рябов В. М.* | ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СТРУКТУРАМИ В РЕГИОНЕ | 5 | 40 |
| *Савина Т. В.* | СПЕЦИФИКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ДЛЯ АНАЛИЗА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ САМАРСКОГО РЕГИОНА | 6 | 94 |
| *Сафарова И. М.* | ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ КАЧЕСТВОМ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ | 1 | 59 |
| *Сахно М. Я.* | АНАЛИЗ МЕЗОФАКТОРОВ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ | 1 | 28 |
| *Старчикова Н. Г.* | ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ГОСТИНИЦЫ | 6 | 59 |
| *Тимофеев Д. В.* | УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ПОСЛЕПРОДАЖНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ | 6 | 98 |
| *Тимощук В. Н.* | ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА К ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОМУ ХОЗЯЙСТВУ | 2 | 82 |
| *Тюрина О. Е.* | ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ИНТЕРНЕТ-УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ) | 2 | 98 |
| *Тюрина С. А.* | ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ПО ПРОГРАММЕ ДВОЙНЫХ ДИПЛОМОВ | 6 | 106 |
| *Тюрина Н. С., Кузнецова И. В.* | ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЛИЧНЫХ ПОДСОБНЫХ ХОЗЯЙСТВ С УЧЕТОМ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ РЕСУРСОВ | 6 | 64 |
| *Филатова В. А.* | ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ | 6 | 111 |
| *Филатова И. В.* | ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ | 1 | 123 |
| *Фрольченко С. С.* | ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ПОВЕДЕНИЯ УЧАСТНИКОВ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ | 1 | 105 |
| *Халястова Э. А.* | МОДЕЛЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МЕЖДУ ЭЛЕМЕНТАМИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА И ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ | 5 | 65 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *Хохленкова Л. А.* | РОЛЬ ЛИЧНОСТНО-РАЗВИВАЮЩЕГО ПОТЕНЦИАЛА ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ В ФОРМИРОВАНИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ У БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ СЕРВИСА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ | 3 | 57 |
| *Чистеков А. А.* | ЗНАЧЕНИЕ ПРОВЕДЕНИЯ XXII ОЛИМПИЙСКИХ И XI ПАРАОЛИМПИЙСКИХ ИГР 2014 ГОДА ДЛЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ | 2 | 31 |
| *Чуркина И. Ю.* | ВЛИЯНИЕ КЛАСТЕРОВ НА РАЗВИТИЕ РЕГИОНА | 4 | 26 |
| *Юрина В. С.* | КОНЦЕЦИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА | 5 | 44 |
| | **МИКРОУРОВЕНЬ** | | |
| *Аникин В. И., Аникина О. В.* | АЛГОРИТМИЧЕСКОЕ ТАБЛИЧНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ | 3 | 99 |
| *Блинов А. О., Рудакова О. С.* | КОГНИТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ | 5 | 72 |
| *Бугаев А. Е.* | РОЛЬ СЦЕНАРНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ | 5 | 77 |
| *Валиков И. Б.* | ПОНЯТИЕ И УЧЕТ НАКЛАДНЫХ РАСХОДОВ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ОБОРУДОВАНИЯ | 1 | 153 |
| *Верещагина Л. С.* | О СУЩНОСТИ РЕЗЕРВОВ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ | 6 | 141 |
| *Воловиков Б. П.* | ФОРМИРОВАНИЕ ОПТИМАЛЬНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ | 6 | 156 |
| *Глухова Д. В.* | СИСТЕМА АНТИКРИЗИСНОГО ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИМИ СУБЪЕКТАМИ | 3 | 109 |
| *Гончарук А. С.* | ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ УСЛУГАМИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ | 2 | 128 |
| *Горин В. А.* | ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЦЕССА В НЕОЭКОНОМИКЕ | 4 | 125 |
| *Горина А. П., Заварцева Е. В.* | МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ ОРГАНИЗАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ СИНТЕЗА И СТРУКТУРИРОВАНИЯ | 3 | 93 |
| *Горковенко А. В., Щербина Г. Ф., Вознюк А. А.* | АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ | 1 | 138 |
| *Гуськова Т. Н., Гениатулин В. Н.* | ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМ СТАТИСТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ | 1 | 149 |
| *Егорова К. В.* | ПРОБЛЕМЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РОССИЙСКИМИ ПРОМЫШЛЕННЫМИ КОМПАНИЯМИ | 3 | 84 |
| *Золотарева Е. Н.* | ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЯХ | 4 | 83 |
| *Квач Т. Г., Киричек Г. А.* | ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В УПРАВЛЕНИИ КОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ | 3 | 105 |
| *Киричек Г. А.* | МЕХАНИЗМЫ КОЛЛЕКТИВНОГО ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ, ОСНОВАННЫЕ НА ВЕРБАЛЬНОМ ПОДХОДЕ | 5 | 116 |
| *Козадаев А. В., Горшков Б. М.* | РЕОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ | 1 | 169 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *Колущинская О. Ю.* | ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЙ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ СВЯЗИ | 6 | 162 |
| *Криони О. В., Валиев Ш. З.* | МЕТОДИКА ПОДДЕРЖКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ШТАТОВ ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА КАФЕДР ВУЗА | 5 | 120 |
| *Кудрявенкова О. Л.* | АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ИННОВАЦИЙ НА ПОТЕНЦИАЛ ПРОМЫШЛЕННОГО СЕКТОРА РЕГИОНАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ | 2 | 116 |
| *Кузнецова Н. Л.* | АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРИ ПОДТВЕРЖДЕНИИ НЕПРЕРЫВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АУДИРУЕМОГО ЛИЦА | 5 | 81 |
| *Кузнецова Н. Л., Волкова А. А.* | БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ У СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ | 4 | 132 |
| *Кукина С. Д.* | МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ | 6 | 119 |
| *Логинова Ю. С.* | АТТЕСТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ | 6 | 124 |
| *Маняева В. А.* | МЕТОДИКА КОНТРОЛЯ РАСХОДОВ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО КОНТРОЛЛИНГА | 5 | 90 |
| *Марченко В. С.* | АНАЛИЗ СИСТЕМ ЗАЩИТЫ ИНФОРМАЦИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ БИОНИКИ | 2 | 153 |
| *Матвеева Т. Ю.* | МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫМИ ЗАПАСАМИ | 3 | 114 |
| *Митрофанова Я. С.* | УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ ITIL/ITSM | 3 | 134 |
| *Можанова И. И., Несмеянова Н. А.* | ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНТЕГРИРОВАННОГО РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ | 3 | 119 |
| *Никитина Н. В., Никитина С. Э.* | ЦЕЛЕВОЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ СЕРВИСНОЙ КОМПАНИИ | 5 | 129 |
| *Новикова В. Н., Юрлов Ф. Ф* | ВЫБОР ЭФФЕКТИВНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ ПРИ НАЛИЧИИ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И НЕСКОЛЬКИХ ПРИНЦИПОВ ОПТИМАЛЬНОСТИ | 1 | 133 |
| *Остроухова В. А.* | ВЛИЯНИЕ ОПЕРАЦИОННЫХ ЗАТРАТ НА ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ | 6 | 128 |
| *Перцухов В. И.* | ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОТРАСЛЕВЫХ КОМПЛЕКСОВ | 4 | 144 |
| *Плеханова Т. Г.* | УПРАВЛЕНИЕ И ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ | 1 | 144 |
| *Потапова Е. В.* | ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЯВЛЕНИЙ | 2 | 111 |
| *Прохорова Н. А., Соколова И. А.* | ЭКСПЕРТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ УЧЕТА И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ИЗДЕРЖЕК ОБРАЩЕНИЯ В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ | 4 | 98 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *Пузанков В. П.* | КЛАССИФИКАЦИЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН ПРИ ПРИНЯТИИ ИННОВАЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ | 3 | 77 |
| *Семенова С. В.* | ФОРМИРОВАНИЕ ДИНАМИЧНОЙ РЫНОЧНОЙ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ | 1 | 165 |
| *Сергеев Н. Н.* | ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ | 4 | 103 |
| *Сороко А. В.* | ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕЗЕРВА УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ НА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЕ | 3 | 144 |
| *Старчикова Н. Г.* | ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ РИСКОВ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ | 5 | 97 |
| *Степина С. Е.* | ФОРМИРОВАНИЕ ИНТЕГРИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПОТОКАМИ АВТОСЕРВИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ | 2 | 142 |
| *Сухих С. В.* | МНОГОУРОВНЕВАЯ СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА | 5 | 135 |
| *Таскина Л. А., Юрлов Ф. Ф.* | ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ | 2 | 123 |
| *Толмачева О. В.* | РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ СИНТЕЗА ПОДХОДОВ К УПРАВЛЕНИЮ ЗНАНИЯМИ И ИНФОРМАЦИЕЙ | 2 | 136 |
| *Угрюмова Н. В.* | СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ОСНОВЕ ОПИСАНИЯ И ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ | 6 | 152 |
| *Филиппова О. А.* | РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНОГО МОДУЛЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА БАЗЕ КИС «ИЛАДА» | 3 | 128 |
| *Фирсова А. А.* | СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СПОСОБОВ И ФОРМ ИНВЕСТИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ | 2 | 106 |
| *Цалик Т. А.* | ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ДИСПЕТЧЕРА НА ГРУЗОВОМ АВТОМОБИЛЬНОМ ТРАНСПОРТЕ | 4 | 107 |
| *Чувашов Н. А.* | ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ КАК РЕЗУЛЬТАТ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА УКЛАД РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА | 6 | 146 |
| *Чурсина О. А.* | РЕАЛИЗАЦИЯ СТОИМОСТНОЙ ФИЛОСОФИИ В ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ | 5 | 103 |
| *Шимоханская Т. В.* | РОЛЬ КОНТРОЛЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ПОСТУПАТЕЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ | 4 | 112 |
| *Шлегель О. А., Крючков А. Н.* | ЭФФЕКТИВНОСТЬ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ МАТЕРИАЛОВ КАДАСТРА | 4 | 153 |
| *Щербакова Ю. В.* | АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ КАНАЛОВ ОПЕРАТОРОВ СОТОВОЙ СВЯЗИ НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ | 4 | 89 |
| *Щербина Г. Ф.* | ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ РАЗВИТИЯ ВЕРТИКАЛЬНО ИНТЕГРИРОВАННОГО СТРОИТЕЛЬНОГО ХОЛДИНГА. СИСТЕМНЫЕ ПРИНЦИПЫ И СВОЙСТВА | 5 | 108 |
| *Щербина Г. Ф., Вознюк А. А.* | ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СТРОИТЕЛЬНОГО ХОЛДИНГА. СТРУКТУРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОБЛЕМЫ ЕГО РАЗВИТИЯ | 4 | 119 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *Яницкая Т. С., Малышева Е. Ю., Бобровский С. М.* | УПРАВЛЕНИЕ ИТ-ПРОЦЕССАМИ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА | 3 | 138 |
| **МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ** | | | |
| *Горелик О. М., Митрофанова Я. С., Филиппова О. А.* | ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ ВЫБОРОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ | 2 | 168 |
| *Данилова Ю. С.* | ЛИНЕЙНЫЕ ОПЕРАТОРЫ В АЛГЕБРЕ МНОГОЧЛЕНОВ ПРИ РЕШЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧ | 5 | 138 |
| *Киричек Г. А.* | О ЗАДАЧЕ ВЫБОРА ОПТИМАЛЬНОЙ АЛЬТЕРНАТИВЫ ЛИЦОМ, ПРИНИМАЮЩИМ РЕШЕНИЕ, НА ОСНОВЕ БИНАРНОГО ОТНОШЕНИЯ ПРЕДПОЧТЕНИЙ | 4 | 169 |
| *Никитенко Т. В.* | ПРЕДЕЛЬНЫЕ ТЕОРЕМЫ ДЛЯ СИСТЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВУЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ | 4 | 159 |
| *Спирина М. С.* | ПРИМЕНЕНИЕ ОБОБЩЕННЫХ ФУНКЦИЙ В ЭКОНОМИКЕ И ИНФОРМАТИКЕ | 2 | 158 |
| *Шлегель О. А., Любивая Т. Г.* | МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПЛАНИРОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ | 6 | 168 |
| **ДИСКУССИИ И ОБСУЖДЕНИЯ** | | | |
| *Васильчук О. И.* | ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ СЕРВИСА | 3 | 164 |
| *Вершинин В. П.* | СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭТАПНОГО МАРКЕТИНГОВОГО МОНИТОРИНГА ТИРАЖИРУЕМЫХ ВЛАСТНЫМИ СТРУКТУРАМИ РФ НА РОССИЙСКУЮ ЭКОНОМИКУ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫХ НАУЧНО ОБОСНОВАННЫХ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ | 3 | 172 |
| *Дубовиков А. М.* | ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ РАЦИОНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ НА МЕСТАХ (НА ПРИМЕРЕ ОПЫТА ИЗ ПРОШЛОГО ОДНОГО ИЗ РЕГИОНОВ ЮЖНОГО УРАЛА) | 6 | 172 |
| *Захаров С. Б.* | РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТА В СИСТЕМЕ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ ПОВОЛЖСКОГО РЕГИОНА | 4 | 176 |
| *Коптева Е. П.* | СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К РАССМОТРЕНИЮ СУЩНОСТИ ФИНАНСОВ | 4 | 172 |
| *Медведева Е. В.* | МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ | 5 | 161 |
| *Парамонова Л. А.* | ВНУТРЕННИЙ ОПЕРАЦИОННЫЙ АУДИТ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ И ИХ ЭКВИВАЛЕНТОВ | 5 | 167 |
| *Раджабов О. С.* | ФИДУЦИАРНАЯ КОНЦЕПЦИЯ ДЕНЕГ В СВЕТЕ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ | 5 | 159 |
| *Рафикова Э. Р.* | МАРКЕТИНГОВЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕССА ОЦЕНКИ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ РАБОТНИКОВ СРЕДНИХ ШКОЛ, ГИМНАЗИЙ И ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА ДЕТСКИХ ДОШКОЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ | 3 | 176 |
| *Янов В. В.* | КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЙ «РИСК», «ФИНАНСОВЫЙ РИСК» И «БЮДЖЕТНЫЙ РИСК» | 5 | 149 |

## ТОЧКА ЗРЕНИЯ


| | | | |
|---|---|---|---|
| *Ануфриев О. В.* | ОСОБЕННОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ФОРМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ | 1 | 175 |
| *Горелик О. М., Тюрина С. А.* | ВЫБОР ОПТИМАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ МЕЖДУНАРОДНОГО УРОВНЯ | 5 | 174 |
| *Лысова М. Ю.* | НЕОБХОДИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ КОНЦЕПЦИИ НРАВСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ | 3 | 149 |
| *Овсянников В. П. Овсянникова М. В.* | ХОЗЯЙСТВЕННАЯ КУЛЬТУРА РОССИИ И «ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА»: КОНФЛИКТ ИЛИ ПРОРЫВ | 5 | 180 |
| *Полякова Т. В.* | МОДЕЛЬ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СФЕРЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ РЕГИОНА | 6 | 176 |
| *Попченко В. И.* | СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ВОЛГИ | 1 | 172 |
| *Романеева Е. В.* | ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ДЕТСКИХ ШВЕЙНО-ТРИКОТАЖНЫХ ТОВАРОВ | 3 | 156 |


## КРАТКИЕ СООБЩЕНИЯ


| | | | |
|---|---|---|---|
| *Полупенко А. В.* | РАСЧЕТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИТ-АУТСОРСИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ | 3 | 161 |

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

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

2. В журнале публикуются статьи, представляющие научный и практический интерес.

3. Автор дает согласие на воспроизведение на безвозмездной основе в сети Интернет на сайте Поволжского государственного университета сервиса и на сайте Российской Научной Электронной Библиотеки (РУНЭБ) электронной версии своей статьи, опубликованной в журнале «Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия «Экономика». Автор исходит из понимания, что доступ к базе РУНЭБ регламентирован, осуществляется по паролю, контролируется технологическими средствами системы.

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

5. Материалы для публикации в журнале должны быть представлены на бумажном и электронном носителях в формате MS Word по адресу г. Тольятти, ул. Гагарина, 4, каб. Г-307 (e-mail: dissovet@tolgas.ru)

6. Текст должен быть отпечатан через 1,5 интервала кеглем 12 на одной стороне листа белой бумаги формата А4 с полями шириной 2,0 см, без помарок и вставок.

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

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

9. К статье должны быть приложены на **русском и английском языках**: название статьи, аннотация (5–6 строк), ключевые слова (не более 5–7), список литературы (не более 15 источников).

10. В статье указываются УДК, полностью ФИО автора(ов), места их работы, должности и контактная информация (e-mail, номер телефона с кодом города (для иногородних авторов).

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

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

13. Список литературы должен содержать все цитируемые и упоминаемые в тексте работы. При подготовке пристатейных библиографических списков необходимо строго руководствоваться положениями ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»; при оформлении сносок ГОСТ 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».

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

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

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

17. Поступившие в редакцию статьи проходят в обязательном порядке рецензирование. Рецензии отклоненных работ высылаются авторам, содержат аргументированный отказ от публикации в случае несоответствия статьи тематике журнала, требованиям журнала к статьям, а также в случаях, если результаты статьи не имеют научной или практической ценности, не обладают элементами научной новизны. В рецензиях работ, отправленных на доработку, указываются замечания к статье.

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

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

20. Статьи, соответствующие пп. 1–19 регистрируются. Регистрационный номер авторы могут узнать по тел.(8482) 22-26-50.

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

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

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

**С аспирантов за публикацию рукописей плата не взимается**

# Содержание журнала

# ВЕСТНИК

Поволжского государственного университета сервиса

Серия

## ЭКОНОМИКА

за 2011 год


2012

# НАЦИОНАЛЬНЫЙ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ИННОВАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОНСОРЦИУМ ВУЗОВ СЕРВИСА




## ПВГУС – ЭРА НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

**ПВГУС – активный участник Национального научно-образовательного инновационно-технологического консорциума вузов сервиса, а это**:

- объединенная между вузами консорциума электронная библиотека, информационные центры подготовки современных кадров для сферы сервиса;
- академические обмены студентами и преподавателями;
- единая база заявок работодателей и база практик для студентов и выпускников вузов консорциума;
- технологическое и кадровое обеспечение таких глобальных событий, как саммит стран АТЭС в 2012 году, Универсиада-2013 в Казани и Олимпийские игры 2014 года в Сочи

**В состав консорциума в настоящее время входят 12 российских вузов:**

1. Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. 2. Владимирский государственный университет. 3. Восточно-Сибирская государственная академия образования 4. Дагестанский государственный технический университет. 5. Омский государственный институт сервиса. 6. Поволжский государственный университет сервиса. 7. Рязанский государственный университет им. С. А. Есенина. 8. Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики. 9. Тверской государственный университет. 10. Уфимская государственная академия экономики и сервиса. 11. Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса. 12. Сочинский государственный университет туризма и курортного дела.

























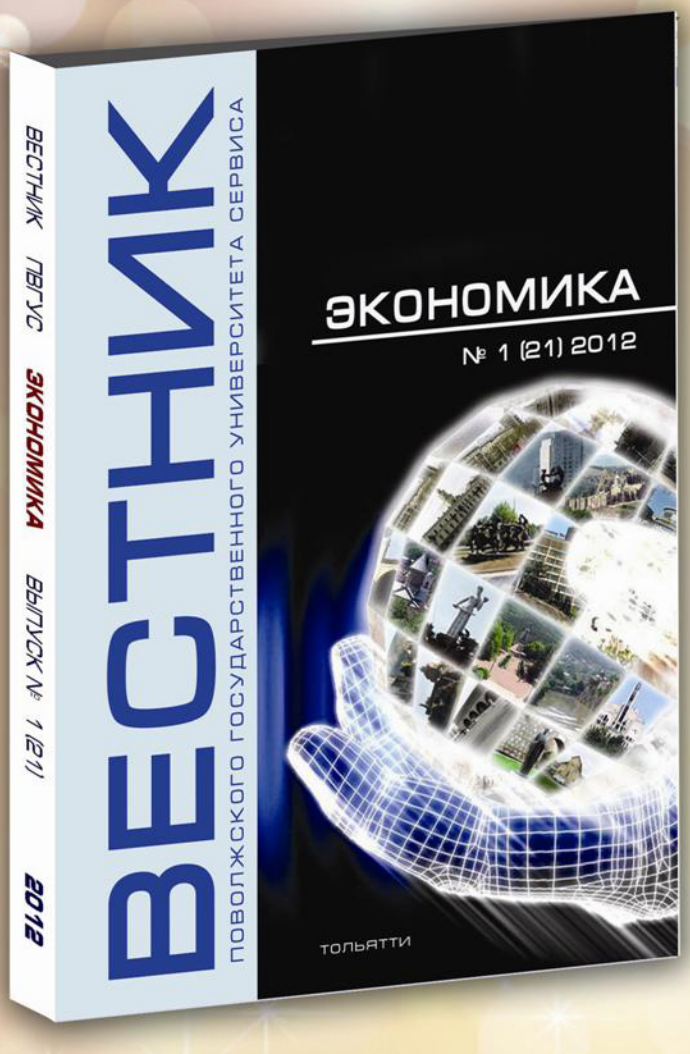








# Следующий выпуск в феврале 2012 года




**МАТЕРИАЛЫ ПРИНИМАЮТСЯ В СЛЕДУЮЩИЕ РУБРИКИ:**

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

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

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

**4.** Математические и инструментальные методы экономики.

**5.**
А) Дискуссии и обсуждения
Б) Точка зрения
В) Краткие сообщения

ISSN 2073-9338
9 772073 933004

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