

НАУЧНОЕ ОБОЗРЕНИЕ

Научный журнал | Издаётся с 2005 года
Периодичность выхода: 1 раз в месяц

Журнал «Научное обозрение» входит в Перечень
ведущих рецензируемых научных журналов ВАК РФ

№ 9, 2014 Часть 1

Главный редактор:
Сафонов В. В.,

д-р техн. наук, профессор

Редакционная коллегия:

Агольцов В. А., д. в. н., проф.
Акулович Л. М., д. т. н., проф.
Алтухов А. И., д. э. н., проф., академик РАН
Андрющенко С. А., д. э. н., проф.
Басков В. Н., д. т. н., проф.
Баусов А. М., д. т. н., проф.
Гамаюнов П. П., д. т. н., проф.
(зам. главного редактора)
Горшенин В. И., д. т. н., проф.
Гумаров Г. С., д. т. н., проф.
Денисов А. С., д. т. н., проф.
Ерошенко Г. П., д. т. н., проф.,
заслуженный деятель науки и техники РФ
Зазуля А. Н., д. т. н., проф.
Зак Ю. А., д. т. н., проф.
Костяев А. И., д. э. н., проф., академик РАН
Кравчук А. В., д. т. н., проф.
Кузнецов В. В., д. э. н., проф., академик РАН,
заслуженный деятель науки РФ
Кузнецов Н. Г., д. т. н., проф.,
заслуженный деятель науки и техники РФ
Проездов П. Н., д. с.-х. н., проф.
Семенов С. Н., д. э. н., проф.
Стрельцов В. В., д. т. н., проф.
Таранов М. А., д. т. н., проф., чл.-корр. РАН
Угаров Г. Г., д. т. н., проф.
Уханов А. П., д. т. н., проф.
Цыплаков В. В., д. с.-х. н., проф.
Черновол М. И., д. т. н., проф.,
заслуженный деятель науки и техники Украины
Черняев А. А., д. э. н., проф., академик РАН,
заслуженный деятель науки РФ
Щербаков А. А., д. б. н., проф.

Редакторы:

Алексеева О. В., Акимова И. В.

Корректор: **Борцова М. Е.**

Компьютерная верстка: **Амангалиев Р. А.**

Адреса редакции:

г. Москва, Ленинский просп., 30
г. Саратов, просп. Энтузиастов, 43

Адреса для почтовой связи:

115551, г. Москва, а/я 66
410039, г. Саратов, а/я 160

www.sced.ru, e-mail: info@sced.ru

Тел.: (495) 666-29-30; (845-2) 921-901

Учредитель: ЗАО «АЛКОР»

Свидетельство о регистрации средства

массовой информации ПИ № ФС77-43747.

Журнал включен в Российский индекс
научного цитирования (РИНЦ).

© «Научное обозрение», 2014

SCIENCE REVIEW

Scientific journal | It is published since 2005
Published once: every month

“Science Review” journal is among the leading scientific
journals reviewed by the Higher Attestation Commission

№ 9, 2014 Part 1

Editor-in-Chief:
Safonov V. V.,

Dr. Sci. (Tech.), Professor

Editorial board:

Agoltsov V. A., Dr. Sci. (Vet.), Prof.
Akulovich L. M., Dr. Sci. (Tech.), Prof.
Altuhov A. I., Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
Academician RAS
Andryushchenko S. A., Dr. Sci. (Econ.), Prof.
Baskov V. N., Dr. Sci. (Tech.), Prof.
Bausov A. M., Dr. Sci. (Tech.), Prof.
Gamayunov P. P., Dr. Sci. (Tech.), Prof.
(deputy editor-in-chief)
Gorshenin V. I., Dr. Sci. (Tech.), Prof.
Gumarov G. S., Dr. Sci. (Tech.), Prof.
Denisov A. S., Dr. Sci. (Tech.), Prof.
Eroshenko G. P., Dr. Sci. (Tech.), Prof.,
Honored Science and Technology worker of RF
Zazulya A. N., Dr. Sci. (Tech.), Prof.
Zak Y. A., Dr. Sci. (Tech.), Prof.
Kostyaev A. I., Dr. Sci. (Econ.), Prof., Academician RAS
Kravchuk A. V., Dr. Sci. (Tech.), Prof.
Kuznetsov V. V., Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
Academician RAS, Honored Science of RF
Kuznetsov N. G., Dr. Sci. (Tech.), Prof.,
Honored Science and Technology worker of RF
Proezdov P. N., Dr. Sci. (Agr.), Prof.
Semenov S. N., Dr. Sci. (Econ.), Prof.
Streltsov V. V., Dr. Sci. (Tech.), Prof.
Taranov M. A., Dr. Sci. (Tech.), Prof.,
Corresponding Member of RAS
Ugarov G. G., Dr. Sci. (Tech.), Prof.
Ukhanov A. P., Dr. Sci. (Tech.), Prof.
Tsyplakov V. V., Dr. Sci. (Agr.), Prof.
Chernovol M. I., Dr. Sci. (Tech.), Prof.,
Honored Science and Technology worker of Ukraine
Chernyaev A. A., Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
Academician RAS, Honored Science of RF
Scherbakov A. A., Dr. Sci. (Biol.), Prof.

Editors:

Alekseeva O. V., Akimova I. V.

The proof-reader: **Bortsova M. E.**

Computer make-up: **Amangaliev R. A.**

Addresses of the editorial office:
Russia, Moscow, Leninskiy prospect, 30
Russia, Saratov, prospect Entuziastov, 43

Addresses for the mail service:
Russia, 115551, Moscow, p/o/b 66
Russia, 410039, Saratov, p/o/b 160

www.sced.ru, e-mail: info@sced.ru

Тел.: (495) 666-29-30; (845-2) 921-901

Founder: “ALKOR” CJSC

Registration certificate PI № ФС77-43747.

The journal is included in the database of
the Russian Science Citation Index (RSCI)

© “Science Review”, 2014

СОДЕРЖАНИЕ

ВОПРОСЫ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ И БИОЛОГИЧЕСКИХ НАУК

- Семушев А. М. Загрязнение молока и молочных продуктов, меры по его предотвращению 10
- Коростелева В. П., Матвеева Е.Л., Коростелева Т. В. К вопросу о качестве продуктов питания 14

ТЕХНОЛОГИЯ, ПРОМЫШЛЕННОСТЬ И ПЕРЕРАБОТКА

- Аширова Н. Н. Разработка новых рецептур и технологий безглютеновых кулинарных изделий на основе рисовой муки 17

ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

- Ковалева Е.Н. Управление брендингом и ребрендингом туристских территорий 20
- Гараева Д. Ф. Человеческий капитал как конкурентное преимущество организации в условиях инновационной экономики 24
- Белякин А. М., Мухаметшин А. М. Участие бизнеса в предоставлении услуг профессионального образования: немецкая модель 27
- Суслякова О. Н. Ритуальное страхование как один из видов страхования жизни 30
- Кузнецова Е. С., Татарникова И. В. Стоимостная оценка социальной эффективности в государственном и муниципальном управлении 33
- Абасова С. Г. Выбор маркетинговых стратегий для внедрения инновационных преобразований в Азербайджане с целью выхода на внешний рынок 36
- Ахметгареева А. А. Тенденции развития сферы торговли 40
- Валигурский Д. И., Харламов В. И. Анализ моделей повышения эффективности управления товарными ресурсами 44
- Афанасьева Т. С., Манова Н. В. Инновационные методы проведения маркетинговых исследований на предприятии 47
- Афанасьева Т. С., Манова Н. В. Преимущества и особенности маркетинга малого бизнеса 50
- Мусташкина Д. А., Хаялеева Ч. С., Карпова Н. В. Создание условий для производства сельскохозяйственной продукции и ее переработки в аграрном секторе экономики Республики Татарстан 53
- Макарова Л. М., Родина Е. Е. Учет затрат в условиях реализации принципов бережливого производства 56
- Шарафутдинова Н. С., Сайдашева В. А. Конкурентоспособность коммерческих услуг сервисных организаций 60
- Валигурский Д. И., Гетц А. Я. Совершенная конкуренция в качестве оптимальной модели рынка 64
- Шарафутдинова Н. С. Особенности развития регионального рынка потребительских товаров Республики Татарстан 68
- Петрик Л. С. К вопросу о сервисе в туристской дестинации 71
- Евстафьев Н. В., Евстафьев Э. Н. Корпоративные и франчайзинговые типы агентских сетей туроператоров как стратегические альтернативы 74
- Павлова А. В. Анализ состояния сервисных услуг торговых организаций 77
- Шипшова О. А., Мухаметшина Ф. А. Особенности развития сервиса и сферы услуг в мировой и российской экономике 82

Гнездова Ю. В., Лаврушин В. М. Анализ регионов Центрального федерального округа по уровню энергетической эффективности с использованием многомерной классификации	86
Романова Т. Е., Молокин А. Н. Роль кооперации в развитии малых форм хозяйствования в сельском хозяйстве Республики Татарстан	92
Валигурский Д. И., Харламов В. И. Стратегическое управление субъектами агропромышленного комплекса в условиях конкуренции	96
Фазлиева Ю. Н. Анализ динамики отраслевой структуры инвестиций в основной капитал	99
Зиятдинов А. Р. Специфика формирования корпоративной социальной ответственности российского бизнеса	102
Набиуллина К. Р. Актуальность анализа и совершенствования методов государственного регулирования комплексного развития территории	105
Гарипова Е. Н. Модификация системной функциональной модели рыночной экономики с включением рынка инноваций	108
Кириллов С. Н., Чернышева Е. Г. Принципы формирования стратегий развития бизнеса в условиях «зеленой» экономики	112
Крупский А. В. Реализация принципов процессно-ориентированного анализа клиентской рентабельности на основе методики расчета себестоимости клиентов энергосбытовой компании	115
Казакова О. Б., Кузьминых Н. А. Инструментарий государственного регулирования инновационной деятельности: зарубежный и отечественный опыт	119
Кишко С. В. Социальная политика предприятий в отношении семей работников: направления и перспективы развития	124
Николаев М. В. Динамика развития малого предпринимательства и его влияние на экономический рост	128
Карагулян Е. А. Стратегии роста в условиях модернизации экономики: сравнительный анализ опыта России и Норвегии	131
Юрьева О. В., Шигапова Д. К. Условия успешной адаптации личности студента на начальном этапе профессиональной подготовки	134
Зинурова Г. Х., Кашипова Г. М. Роль ЦБ РФ как основного регулятора финансовой системы	137
Косихина О. П., Сергиенко Н. С. Реализация долговой политики Калужской области	141
Абдрахманова Л. В., Щигорцова Е. С. Методы борьбы с теневой экономикой: зарубежный опыт	143
Абдрахманова Л. В., Щигорцова Е. С. Способы выявления масштабов теневой экономики: опыт европейских стран	146
Дырдонова А. Н., Фомин Н. Ю. Интеграция в рамках территориально-производственных кластеров как эффективное направление повышения конкурентоспособности и инновационного развития отечественных предприятий	149
Карякина Л. А. Применение кластерного подхода в социально-экономическом развитии потребительской кооперации Республики Мордовия	153
Валигурский Д. И., Гетц А. Я. Формирование товарных продовольственных ресурсов	156
Евстафьев Э. Н. Оценка бизнес-рисков общественно-частного партнерства по эксплуатации спортивных сооружений	160
Вьюков М. Г., Павлова А. В. О роли малых нефтедобывающих компаний в инновационном развитии нефтяной отрасли России	163
Насретдинов И. Т. Теоретические аспекты инновационной экономики кооперативного сектора	167

Саубанов Р. Х., Саубанов К. Р. Оценка конкурентоспособности строительной отрасли Республики Татарстан	171
Жертовская Е. В., Панкратова Н. Д., Якименко М. В. Междисциплинарный подход к разработке стратегий инновационного развития регионов: когнитивные технологии	175
Вдовина С. Д., Рунова Е. В. Прогноз экономического эффекта от роста объема финансирования поставок медицинской техники в медицинские учреждения Республики Татарстан	179
Фаттахова А. Р., Карнач Г. К. К вопросу оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления	183
Парфилова Р. Р., Павлова А. В. К вопросу о методике рационализации отраслевой структуры промышленности с учетом инновационного потенциала	186
Камашева А. В. Построение эффективных систем оплаты труда с помощью различных форм мотивации персонала	190
Киршин И. А., Пачкова О. В. Инструменты оценки готовности стран группы БРИКС к становлению информационного общества	193
Мильчакова Н. Н., Козлова А. В. Концепции развития современного общества: сравнительный анализ	197
Игнатъева О. А., Ахметгалеев Э. Д. Роль финансовой политики в процессе производства общественных благ	202
Камионка В. В. Международный опыт образовательного кредитования	205
Посталюк М. П., Прокопьев А. Е. Развитие интернет-рекламы как форма инноватизации каналов коммуникации в инфраструктуре российской экономики	208
Белик И. С., Стародубец Н. В., Ярошук К. Е. Энергетические и экологические аспекты качества жизни населения	212
Ковалев Р. Н. Разработка алгоритма функционирования системы риск-менеджмента предприятий услуг розничной торговли	217
Валеева Ю. С. Практическое применение инноваций в совершенствовании услуги предприятия розничной торговли	220

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ

Мунина М. В. Swot-анализ: анализ факторов внутренней и внешней среды и оценка их по силе воздействия на организацию	223
--	-----

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА, ТОРГОВЛИ И ТРАНСПОРТА

Салахатдинова Л. Р. Система управления идеями как элемент инновационного менеджмента организации	227
Миркина О. Н. Сегментация рынка в деятельности машиностроительного предприятия	230
Шаргу Л. С., Федорчукова С. К., Духликер Г. Т. Системный подход и процесс деловых переговоров в рамках системы управления	233
Гумеров И. Р., Тетеркин А. Л. Оценка качества и безопасности молочных продуктов, реализуемых в торговой сети г. Набережные Челны	236
Кириллова Л. Г., Кириллова А. С. Управление изменениями в условиях инновационного развития организации	238
Кирпиков А. Н. Дискуссионные вопросы экономической диагностики платежеспособности по данным бухгалтерского баланса организации	241
Скрипкина О. В. Риски формирования капитала в перерабатывающей промышленности	245

Киселева О. В. Организационно-методические подходы к документированию внутреннего контроля экономического субъекта	248
Астраханцева Е. А., Сокольская Е. И. Внедрение управленческого учета в организациях здравоохранения как инструмент обеспечения экономической безопасности	252
Фахретдинова Э. Н., Астраханцева Е. А. Пользователи финансовой отчетности с позиции экономической безопасности	255
Астраханцева Е. А. К вопросу об актуальности учетно-аналитического обеспечения экономической безопасности организаций	258
Свечников К. Л., Яхина Л. Т., Галимарданова Н. М., Миннигалева В. З., Сокольская Е. И. Информационно-технологическое обеспечение бухгалтерского учета и расчета заработной платы в учреждениях здравоохранения Республики Татарстан	261
Пантюхина С. А., Корнеев Д. Г. Развитие внутреннего водного транспорта на основе логистики	265
Жилина Н. Н., Шамсутдинова М. Р. Основы финансового менеджмента предприятий малого и среднего бизнеса	268
Сорвачева Л. В. Проблема существующей системы мотивации труда в Федеральной службе исполнения наказания	271
Андреева Г. Н. Логистические аспекты управления конкурентоспособностью предприятия	274
Безлипкина Е. В. К вопросу об инновационном развитии предприятий в сфере розничной торговли	277
Новикова Е. Н. Разработка структуры информационной системы маркетинга проектной организации	282
Соболев В. Ю., Киселева О. В. Трудоемкость освоения компетенций учебного цикла основной образовательной программы бакалавров	286
Бочкарева Т. Н., Бахаева Г. М. Взаимосвязь познавательной активности и профессиональной компетентности студентов вузов	289
Гвазава В. И. Формирование активной личности студента посредством музейной образовательной среды	292
Валеев И. Р. Сотрудничество торговых сетей с местными сельхозпроизводителями: проблемы и перспективы	295
Луговнина С. М., Сбоева И. А. Исследование клиентов компании Mitsubishi Electric методом самоорганизующихся карт Кохонена	298
Домрачева Э. С. Организация внутреннего контроля в предприятиях строительной отрасли	301
Зернина Е. В., Чурсина Ю. А. Внедрение интерактивных образовательных технологий как средство формирования профессиональной компетентности студентов технического вуза	304
Балаганина Я. А., Кузьмин М. С. Особенности функционирования малых инновационных предприятий, созданных на базе образовательных учреждений	308
Бурганова Н. Т. Коммуникативное пространство как ведущее средство в формировании коммуникативной компетенции студентов	311
Кукаев И. С. Развитие промышленного предприятия через кооперационный хаб: пример Торгово-промышленной палаты	314

CONTENTS

QUESTIONS OF AGRICULTURAL AND BIOLOGICAL SCIENCES

- Semushev A. M. Contamination of milk and dairy products and measures for preventing it 10
- Korosteleva V. P., Matveeva E. L., Korosteleva T. V. On the problem of food products quality 14

TECHNOLOGY, INDUSTRY AND PROCESSING

- Ashirova N. N. Development of new recipes and technologies of gluten-free culinary products based on rice flour 17

QUESTIONS OF ECONOMIC AND SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

- Kovaleva E. N. Managing the branding and rebranding of tourist territories 20
- Garaeva D. F. Human capital as the competitive advantage of an organization in innovative economy conditions 24
- Belyakin A. M., Mukhametshin A. M. Participation of business in the provision of professional education services: german model 27
- Suslyakova O. N. Funeral insurance as one of the forms of life insurance 30
- Kuznetsova E. S., Tatarnikova I. V. Cost assessment of social effectiveness in state and municipal management 33
- Abasova S. G. Selection of marketing strategies for the introduction of innovative transformations in Azerbaijan with a view to enter the foreign market 36
- Akhmetgareeva A. A. Tendencies of trade sphere development 40
- Valigursky D. I., Kharlamov V. I. Analysis of the models of increasing the efficiency of commodity resources management 44
- Afanasyeva T. S., Manova N. V. Innovative methods of carrying out marketing research at an enterprise 47
- Afanasyeva T. S., Manova N. V. Advantages and specific features of marketing of small-scale business 50
- Mustashkina D. A., Khayaleeva C. S., Karpova N. V. Creation of conditions for agricultural products production and processing in the agrarian sector of economy of the Republic of Tatarstan 53
- Makarova L. M., Rodina E. E. Accounting for expenses in the conditions of implementing the principles of lean production 56
- Sharafutdinova N. S., Saydasheva V. A. Competitive ability of the commercial services of service organizations 60
- Valigursky D. I., Getz A. Y. Perfect competition as the optimal market model 64
- Sharafutdinova N. S. Specific features of the development of regional market of consumer goods in the Republic of Tatarstan 68
- Petrik L. S. On the problem of service at a tourist destination 71
- Evstafiev N. V., Evstafiev E. N. Corporate and franchising types of agent chains of tour operators as strategic alternatives 74
- Pavlova A. V. Analysis of the condition of services of trade organizations 77
- Shipshova O. A., Mukhametshina F. A. Specific features of the development of service and service sphere in world and Russian economy 82

Gnezdova Y. V., Lavrushin V. M. Analysis of Central federal region districts according to the level of energy efficiency with the usage of multidimensional classification	86
Romanova T. E., Molokin A. N. Role of cooperation in the development of small-scale economic forms in the agriculture of the Republic of Tatarstan	92
Valigursky D. I., Kharlamov V. I. Strategic management of agro-industrial complex subjects in competition conditions	96
Fazlieva Y. N. Analysis of the dynamics of the branch structure of investments into basic stock	99
Ziyatdinov A. R. Specificity of the formation of corporate social responsibility of Russian business	102
Nabiullina K. R. Topicality of analyzing and improving the methods of state regulation of complex development of a territory	105
Garipova E. N. Modification of the systemic functional model of market economy with the inclusion of innovations market	108
Kirillov S. N., Chernysheva E. G. Principles of forming business development strategies in “green” economy conditions	112
Krupsky A. V. Implementation of the principles of process-oriented analysis of clients’ profitability based on the method of calculating the net cost of clients of an energy sales company	115
Kazakova O. B., Kuzminykh N. A. Instruments of state regulation of innovative activity: Russian and foreign experience	119
Kishko S. V. Social policy of enterprises towards the families of employees: directions and prospects of development	124
Nikolaev M. V. Dynamics of small-scale entrepreneurship development and its influence on economic growth	128
Karagulyan E. A. Growth strategies in the conditions of economy modernization: comparative analysis of Russian and Norwegian experience	131
Yurieva O. V., Shigapova D. K. Conditions for the successful adaptation of a student’s personality at the initial stage of professional preparation	134
Zinurova G. K., Kashipova G. M. Role of central bank of the Russian federation as the main regulator of financial system	137
Kosikhina O. P., Sergienko N. S. Implementation of debt policy of Kaluga region	141
Abdrakhmanova L. V., Schigortsova E. S. Methods of counteracting underground economy: foreign experience	143
Abdrakhmanova L. V., Schigortsova E. S. Ways of determining the scope of underground economy: experience of European countries	146
Dyrdonova A. N., Fomin N. Y. Integration within the framework of territorial-production clusters as an efficient direction of increasing the competitive ability and innovative development of Russian enterprises	149
Karyakina L. A. Usage of cluster approach in the social-economic development of consumer cooperation in the Republic of Mordovia	153
Valigursky D. I., Getz A. Y. Formation of commodity food resources	156
Evstafiev E. N. Assessment of the business risks of public-private partnership for sports facilities operation	160
Vyukov M. G., Pavlova A. V. On the role of small oil mining companies in the innovative development of petroleum industry in Russia	163
Nasretdinov I. T. Theoretic aspects of the innovative economy of cooperative sector	167
Saubanov R. K., Saubanov K. R. Assessment of the competitive ability of construction industry in the Republic of Tatarstan	171

Zhertovskaya E. V., Pankratova N. D., Yakimenko M. V. Interdisciplinary approach to developing the strategies of innovative development of regions: cognitive technologies	175
Vdovina S. D., Runova E. V. Forecast of the economic effect of the increase in the volume of financing medical equipment supply to the medical institutions of the Republic of Tatarstan	179
Fattakhova A. R., Karnach G. K. On the problem of assessing the efficiency of local authorities' activity	183
Parfilova R. R., Pavlova A. V. On the method of rationalizing the sectoral structure of industry with the consideration of innovative potential	186
Kamasheva A. V. Formation of efficient remuneration systems with the help of various forms of personnel motivation	190
Kirshin I. A., Pachkova O. V. Instruments for assessing the readiness of Brics group countries for information society development	193
Milchakova N. N., Kozlova A. V. Concepts of modern society development: comparative analysis	197
Ignatyeva O. A., Akhmetgaleev E. D. Role of financial policy in the process of public goods production	202
Kamionka V. V. International experience of education loans	205
Postaluyuk M. P., Prokopyev A. E. Development of internet-advertising as the form of innovation of communication channels in the infrastructure of Russian economy	208
Belik I. S., Starodubets N. V., Yaroshuk K. E. Energy and ecological aspects of the quality of life of population	212
Kovalev R. N. Developing the algorithm of the functioning of risk- management system of retail trade enterprises	217
Valeeva Y. S. Practical application of innovations in improving the service of a retail trade enterprise	220

MATHEMATICAL AND INSTRUMENTAL ECONOMIC METHODS

Munina M. V. Swot-analysis: analysis of factors of external and internal environment and their assessment according to the level of their influence on an organization	223
---	-----

ORGANIZATION OF PRODUCTION, TRADE AND TRANSPORT

Salakhatdinova L. R. System of ideas management as an element of innovative management of an organization	227
Mirkina O. N. Market segmentation in the activity of a machine-building enterprise	230
Shargu L. S., Fedorchukova S. K., Dukhliker G. T. Systemic approach and the process of business negotiations within the framework of management system	233
Gumerov I. R., Teterkin A. L. Assessment of the quality and safety of dairy products sold through the trade network of Naberezhnye Chelny	236
Kirillova L. G., Kirillova A. S. Managing change in the conditions of innovative development of an organization	238
Kirpikov A. N. Discussable aspects of economic diagnostics of payability on the basis of an organization's balance sheet data	241
Skripkina O. V. Risks of capital formation in processing industry	245
Kiseleva O. V. Organizational-methodological approaches to documenting internal control of an economic entity	248
Astrakhantseva E. A., Sokolskaya E. I. Introduction of management accounts in healthcare organizations as the instrument for economic safety provision	252

Fakhretdinova E. N., Astrakhantseva E. A. Users of financial reports from the position of economic safety	255
Astrakhantseva E. A. On the problem of the topicality of accounting-analytical support of the economic safety of organizations	258
Svechnikov K. L., Yakhina L. T., Galimardanova N. M., Minnigaleeva V. Z., Sokolskaya E. I. Information-technological support of accounting and calculation of salaries in healthcare organizations of the Republic of Tatarstan	261
Pantukhina S. A., Korneev D. G. Development of internal water transport on the basis of logistics	265
Zhilina N. N., Shamsutdinova M. R. Basic principles of the financial management of small and medium business enterprises	268
Sorvacheva L. V. Problem of the existing system of labor motivation in the federal penitentiary service	271
Andreeva G. N. Logistic aspects of managing the competitive ability of an enterprise	274
Bezlipkina E. V. On the problem of innovative development of enterprises in the sphere of retail trade	277
Novikova E. N. Development of the structure of marketing information system of a project organization	282
Sobolev V. Y., Kiseleva O. V. Laboriousness of mastering the competences of the educational cycle of main bachelor study program	286
Bochkareva T. N., Bakhaeva G. M. Interconnection between the cognitive activity and professional competence of university student	289
Gvazava V. I. Formation of the active personality of a student by means of museum educational environment	292
Valeev I. R. Cooperation of trade chains with local agricultural producers: problems and prospects	295
Lugovnina S. M., Sboeva I. A. Studying the clients of Mitsubishi Electric company with the help of Kohonen's self-organizing maps	298
Domracheva E. S. Organization of internal control and construction enterprises	301
Zernina E. V., Chursina Y. A. Introduction of interactive educational technologies as the means of forming the professional competence of students in a technical university	304
Balaganina Y. A., Kuzmin M. S. Specific features of the functioning of small-scale innovative enterprises created on the basis of educational institutions	308
Burganova N. T. Communicative space as the leading means of forming the communicative competence of students	311
Kukaev I. S. Development of an industrial enterprise through cooperation hub: example of Chamber of industry and commerce	314

ЗАГРЯЗНЕНИЕ МОЛОКА И МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ, МЕРЫ ПО ЕГО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ

А. М. СЕМУШЕВ

Саранский кооперативный институт (филиал)

*АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»,
г. Саранск, Республика Мордовия*

Аннотация. В статье рассматриваются основные источники загрязнения молока и молочных продуктов. При этом основное внимание обращено на наличие болезнетворных бактерий в молоке, а также загрязнение пестицидами и солями азотной и азотистой кислот, нитратами и нитритами. Приводятся способы предотвращения загрязнения молока и молочных продуктов.

Ключевые слова: молоко, молочные продукты, загрязнение молока, микроорганизмы, болезнетворные бактерии, качество молока, химическое и механическое загрязнение, тяжелые металлы, нитраты, нитриты.

Важнейшим фактором, определяющим здоровье человека, является питание. В последние годы возникла проблема экологически чистого продовольствия, вызванная биологическим, химическим и техногенным физическим загрязнением окружающей среды, а также нарушением технологии производства, хранения и контроля за качеством пищевых продуктов [1].

Наиболее физиологически полноценными и востребованными продуктами питания – товарами повседневного спроса – являются молоко и молочные продукты, занимающие особое место в детском питании. Поэтому изучение основных загрязнителей этой группы товаров и мер профилактики загрязнений является весьма актуальным в наши дни.

По оценкам Всемирной организации здравоохранения, каждый десятый человек в мире примерно раз в год болеет из-за потребления пищевых продуктов, не отвечающих микробиологическим нормам.

Источниками микробиологических загрязнений в молочном производстве являются: люди (производственный персонал, посетители, пребывающие в производственной зоне); животные (грызуны, птицы, летающие и ползающие насекомые, паразиты); окружающая среда (одежда, мусор, туалеты, цветы и т. п.); сырье и добавки (молоко, фрукты, сахар, красители, стабилизаторы, эмульгаторы и т. п.); единичные и сборные упаковки; производственная аппаратура; приборы, машины

и устройства; моющие и дезинфицирующие средства [2].

Заболевания можно предотвратить, если во время производства соблюдать санитарные нормы по отношению к исходному сырью и вспомогательным компонентам, режим производства и правила личной гигиены рабочего персонала.

Повсеместно встречается в сыром молоке *Bacillus cereus*. Бактерия выделяет два вида энтеротоксинов как в пище, так и в организме человека, а также образует термостойкие склероции. Склероции часто развиваются в пастеризованном молоке, а в сыром молоке, масле и сыре их развитие ограничено. Существует опасность попадания *B. cereus* из сухого молока. При хранении восстановленного молока при комнатной температуре в течение нескольких часов бактерии размножаются и выделяют энтеротоксины. Такое молоко представляет опасность для потребителей.

Большинство штаммов *Listeria monocytogenes* вызывают листериоз, который может стать причиной смерти (смертность достигает 30%). Заболеванию в основном подвержены беременные женщины, младенцы, люди с ослабленным иммунитетом и трансплантированными органами.

Бактерия *Staphylococcus aureus* вызывает воспаление вымени у коров и попадает в молоко во время дойки. Иногда носителями стафилококковой инфекции являются работники ферм, у которых болит горло или есть

нарывы на руках. Следует подчеркнуть, что клетки стафилококка гибнут в процессе пастеризации. Загрязнение продуктов из пастеризованного молока происходит при нарушениях в технологических процессах или неправильном обращении с готовым продуктом, а также от людей – носителей стафилококка.

Присутствие кишечной палочки *Escherichia coli* в продукте свидетельствует о низком санитарном уровне производства и неправильном проведении технологических процессов. Штаммы *E. coli* делятся на четыре группы: энтерококковые (ЕНЕС – *E. coli* 0157:117); энтеротоксические (ЕТЕС); энтероинвазивные (ЕІЕС); энтеропатогенные (ЕРЕС). Заболевания, вызванные *E. coli*, имеют различные симптомы в зависимости от штамма возбудителя.

Большое влияние на наличие болезнетворных бактерий в молоке оказывают состояние здоровья коров и санитарные условия их содержания. Состояние здоровья животных должно подтверждаться письменно ветеринарным врачом. Должны соблюдаться принятые в животноводстве санитарно-гигиенические условия, гарантирующие высокое микробиологическое качество молока, подтвержденное органами государственного надзора. Качество воды, которая используется в хозяйствах, должно подтверждаться соответствующими анализами.

Ограничить развитие микроорганизмов в пище, в том числе в молоке и молочных продуктах, можно с помощью определенных технологических приемов: тепловой обработки продуктов при высоких или низких температурах; снижения активности воды, рН и активности оксидоредуктазы; применения химических консервантов; введения благотворной для человека антагонистической микрофлоры; облучения пищи.

На производстве широко используется стерилизация, в результате которой значительно ограничивается микрофлора в продукте. Еще больший эффект дает комбинированное применение нескольких способов одновременно. Присутствующие в пище вирусы нейтрализуются при тепловой обработке, посоле и лиофилизации, появление нежелательных белков в молоке и молочных продуктов можно предотвратить соблюдая соответствующий санитарный режим и гигиену работников предприятия.

Из-за микробиологической нестойкости молока и желая повысить доходы от продажи человек часто применяет химические средства, которые, не нарушая органолептических свойств сырья, задерживают развитие микрофлоры, прокисание молока, мнимо сохраняя его ценность.

Известно, что все химические вещества при поступлении в организм человека в дозах, превышающих допустимый уровень, могут вызывать отравления. Они могут действовать моментально, например аллергены (аллергическая реакция), или спустя какое-то время (отравления тяжелыми металлами). Источниками химических загрязнений являются сырье, различные материалы (в том числе упаковочные), машины и оборудование.

Тяжелые металлы (медь, цинк, железо, свинец) попадают в организм животных с кормами (из растений) и водой, а также при слизывании коровами красок и разных элементов в коровнике и на пастбище. Соединения тяжелых металлов могут проникать в молоко из оборудования и устройств, используемых в молочном деле. Самым опасным источником тяжелых металлов является корм растительного происхождения. Слишком часто молочных коров выпасают на пастбищах вблизи дорог с интенсивным движением автотранспорта.

Большое влияние на качество молока оказывают пестициды, точнее инсектициды, в виде так называемых хлорированных углеводородов. Эти химические соединения очень плохо разрушаются в естественной среде и через кормовые растения попадают в молоко и связываются с липидами. Во многих странах запрещено применение хлорированных углеводородов, однако они в небольших дозах обнаруживаются в молоке. Что касается полихлорированных бифениленов, то их содержание в молоке очень высоко, особенно в промышленных районах.

В молоке постоянно обнаруживаются соли азотной и азотистой кислот – нитраты и нитриты. Источники их появления – корм животных, питьевая вода, моющие средства для аппаратуры, котлов, используемые на молокозаводах. Медики и гигиенисты считают опасными соли азотной и азотистой кислот, находящиеся в молоке и молочных продуктах, в связи с возможностью блокады ими физиологических функций гемоглобина крови и стимулирования неопластических процессов.

Отрицательным фактором в отношении как питательной ценности, так и технологического процесса следует считать содержание антибиотиков и других ветеринарных лекарств в молоке. Следовое количество антибиотиков в молоке – результат их применения для лечения мастита у коров и несоблюдения периода их действия.

В ветеринарии чаще всего применяются антибиотики пенициллин, тетрациклин, эритро- и олеандомицин. Независимо от способа введения (в виде инъекций или в кожу) они проникают в систему кровообращения и далее в молоко. Известно, что период проникновения пенициллина в молоко зависит от форм препарата (маслянистая суспензия, водный раствор), частоты и способа введения (внутримышечно, в соски), периода от последней процедуры до удоя. Международное законодательство предусматривает запрет на покупку сырого молока и его товарооборот до истечения периода действия антибиотика, который определяет врач. Антибиотики могут попадать в организм коровы и в результате неправильного назначения кормов с препаратами, предназначенными для других животных. Они и продукты их метаболизма могут стать причиной аллергии или симптомов отравления, иммунизировать патогенную микрофлору (она становится устойчива к антибиотикам), способствовать развитию микозов.

Проникновение лекарств в молоко отрицательно сказывается на технологических процессах, например, при производстве сыров ухудшает их качество и вредит здоровью.

Часто химическое загрязнение происходит при мойке и дезинфекции (до 25% случаев пищевых отравлений), раньше оценивалась только эффективность действия моющих и дезинфицирующих средств, однако со временем появляются сигналы об их обнаружении в молоке. Присутствие поверхностно-активных веществ (ПАВ) влияет на органолептические, технологические и токсикологические свойства молока и молочных продуктов.

Молоко может загрязняться и техническими компонентами: маслами или техническими смазками для оборудования. Они проникают в продукты из за несоблюдения так называемой хорошей производственной практики (Good manufacturing Practice – GMP) во время ухода за аппаратурой. Эксплуатация

оборудования и арматуры, изготовленных из несоответствующих материалов, например меди, цинка, вызывает миграцию веществ из этих материалов в продукты. Все материалы, которые применяются в конструкциях рабочей поверхности устройств и упаковочных материалов, соприкасающихся с продуктами, должны быть нейтральными.

В целях устранения загрязнения молочных продуктов техническими средствами, применяемыми на перерабатывающих заводах, необходимо обучить работников завода правилам обслуживания машин и устройств.

Самым частым способом фальсифицирования молока является добавление к нему воды, перекиси водорода, углекислого натрия, сульфаниламидов или антибиотиков.

Проверка присутствия химических добавок (CaCl₂, NaCl, красителей и т. п.) должна проводиться при хранении, маркировке, приготовлении и дозировании. Следует также контролировать сроки годности молочной пищи и химических средств.

Молоко может быть загрязнено механически при доении коров, во время производства (рабочий персонал и инспекции, посещающие и контролируемые завод, машины, оборудование и устройства), из окружающей среды, от животных. Часто проникновение чужеродных тел в пищевой продукт сопровождается микробиологическим заражением. Инородные тела в готовых продуктах иногда появляются в результате неправильного вскрытия покупателем упаковки.

Профилактика механических загрязнений – это прежде всего гигиена производственного процесса (соответствующая одежда), выбор надежных производителей упаковочных материалов, проверка производственных цехов и окружающей среды (удаление вредителей и паразитов). Обязательными являются разработка и строгое соблюдение правил консервации оборудования и устройств, которые во время эксплуатации подвергаются износу, а также необходимость установки на молочных заводах металл-детекторов.

Контроль безопасности пищевых продуктов следует реализовать системно по всему производственному циклу. Этого можно достичь, соблюдая принципы хорошей производственной и гигиенической практики и внедрения системы HACCP (Hazard Analysis and Critic Control Point).

Системный подход к такому контролю касается в равной степени всех предприятий отрасли.

Таким образом, загрязнение молока и молочных продуктов носит разнообразный характер, и мерами профилактики их загрязнений являются правильное кормление, содержание и выпас скота, строгое соблюдение правил личной гигиены персонала, технологии производства, хранения продуктов питания, их пастеризация, стерилизация и лиофилизация, применение незагрязняющих консервантов, грамотное применение лекарственных средств. Предметом особой заботы должны быть состояние окружающей среды в зоне выпаса скота и систематический контроль за качеством продуктов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Позняковский В. М. Гигиенические основы питания, качества и безопасность пищевых продуктов : учебник. – Новосибирск : Изд-во Сиб. ун-та, 2007. – 455 с.
2. Тимофеева В. А. Товароведение продовольственных товаров : учебник. – Ростов н/Д. : Феникс, 2009. – 473 с.

Семусhev Алексей Максимович, канд. с.-х. наук, доцент, Саранский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 430027, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Транспортная, 17.

Тел.: (834-2) 35-65-43

E-mail: Semushev55@mail.ru

CONTAMINATION OF MILK AND DAIRY PRODUCTS AND MEASURES FOR PREVENTING IT

Semushev Aleksey Maksimovich, Cand. of Agr. Sci., Ass. Prof., Saransk cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation"). Russia.

Keywords: *milk, dairy products, milk contamination, microorganisms, disease-causing bacteria, quality of milk, chemical and mechanical contamination, heavy metals, nitrates, nitrites.*

The article studies the main sources of milk and dairy products contamination. Attention is mostly paid to the presence of disease-causing bacteria in milk, as well as contamination with pesticides and salts of nitric and nitrous acids, nitrates and nitrites. The work lists the ways of preventing milk and dairy products contamination.

К ВОПРОСУ О КАЧЕСТВЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

В. П. КОРОСТЕЛЕВА, Е. Л. МАТВЕЕВА, Т. В. КОРОСТЕЛЕВА

*Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации
«Российский университет кооперации»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Многообразие микотоксинов, продуцируемых микроскопическими грибами, высокий уровень их токсичности, опасные формы проявления микотоксикозов, а также способность трансмиссии в органы, ткани и биологические жидкости продуктивных животных, а от них по пищевой цепи к человеку делают ситуацию крайне серьезной.

Ключевые слова: экологическая ситуация, среда обитания, отравление, пищевая цепочка, токсиканты, микотоксины.

В последние годы экологическая ситуация в стране осложняется вследствие одновременного загрязнения почвы, воды, кормов химическими, физическими и биологическими токсикантами, которые загрязняют среду обитания, как самостоятельно, так и в комплексе друг с другом и оказывают негативное влияние на животный, растительный мир, а также человека [3]. Для снижения уровня техногенного воздействия или адаптации организма к экстремальным условиям, которые с каждым годом усугубляются, требуется длительное время. Выбросы городов, агропромышленного комплекса нефтедобывающих и перерабатывающих предприятий составляют миллионы тонн, что приводит к загрязнению воздуха, воды и почвы.

Потребление животными загрязненного корма приводит к их отравлению, преимущественно хроническому, что отражается на качестве продукции и биологической безопасности, следовательно в дальнейшем по пищевой цепочке человек не получит полноценную и безопасную животноводческую и растительную продукцию, так как она не обеспечена необходимыми питательными элементами, витаминами, биологически активными веществами и, наоборот, высока вероятность ее загрязнения опасными токсикантами, причем различного происхождения – техногенного и природного.

В настоящее время доказано, что выявление различных токсических веществ в сельскохозяйственной продукции и продуктах питания на уровне ПДК, не является гарантом безопасности и должного качества продукции, так как до сих пор не учитывается их сочетан-

ное действие. В продукции одновременно могут присутствовать яды как природного, так и техногенного происхождения, не редко отмечается синергизм (усиление) их действия.

Среди токсикантов биологического происхождения особое место занимают микотоксины. Они относятся к одной из доминирующих в последние годы групп биогенных ядов, загрязняющих как корма, так и продукты питания. Многие из них обладают мутагенными, тератогенными, канцерогенными и иммуносупрессивными свойствами, отличаются высокой токсичностью. Контаминируя корма, а также продукты животноводства и растениеводства, они могут представлять опасность для здоровья не только животных, но и человека. При потреблении таких кормов и продуктов питания у животных и человека могут возникать отравления – микотоксикозы. Тяжесть заболевания, проблемы постановки диагноза и размеры экономического ущерба в таких случаях обуславливаются не столько единичным токсином, концентрация которого в отдельности может быть ниже пороговой (установленной ПДК), сколько их совокупностью [4].

Микотоксины представляют собой группу низкомолекулярных, неиммуногенных соединений, многие из которых отличаются относительной термоустойчивостью. Они могут вызывать острую интоксикацию. Различные разновидности микотоксинов специфически поражают органы и ткани: печень, почки, слизистые оболочки пищевода и кишечника, мозг и ткани половых органов.

Микроскопические грибы рода *Fusarium* относятся к наиболее распространенным ток-

синообразующим грибам, которые способны продуцировать ряд соединений, среди которых высокой токсичностью отличается Т-2 токсин. Ареал встречаемости Т-2 токсина является практически повсеместным [2].

Серьезной проблемой в токсикологии остаются вопросы лечения отравлений животных, вызванных микотоксинами. Поэтому работа по расширению арсенала препаратов, оказывающих определенный защитный эффект, а также поиску и разработке новых эффективных, доступных средств для лечения микотоксикозов является актуальной проблемой.

Список микотоксинов продолжает расширяться и по различным данным превышает 300 видов. Так как Россия является зоной рискованного земледелия, вероятность загрязнения кормов и другой сельскохозяйственной и пищевой продукции микотоксинами чрезвычайно высокая.

Неослабевающий интерес к микотоксинам, присутствующим в кормах и пище обусловлен высоким уровнем их токсичности, способностью перехода в органы, ткани и биологические жидкости, разрушительным влиянием на организм животных и человека. Потребление содержащих микотоксины кормов и пищи приводит к резкому ухудшению оплодотворяемости, рождению нежизнеспособного потомства, абортam, происходит ослабление иммунитета, повышение восприимчивости к инфекционным болезням, возникают дистрофические поражения органов и тканей, раковые опухоли. Токсическое действие микотоксинов проявляется также в форме обширного воспаления слизистых пищеварительного тракта, вплоть до некротического. Они поражают нервную и сердечно-сосудистую систему.

Животные заболевают при поедании загрязненных микотоксинами кормов, а человек – при потреблении растительной и животной пищи.

Следует отметить, что даже небольшие концентрации микотоксинов, постоянно поступающих с кормами и продуктами питания в организм, способны накапливаться в органах и тканях, вызывая микотоксикозы сельскохозяйственных животных, а по пищевой цепи – и человека [1].

Однако, контроль над содержанием микотоксинов недостаточно совершенен, многие лаборатории не оснащены современным аналитическим оборудованием, недостаточно на-

дежных, воспроизводимых и экспрессивных методик определения микотоксинов, способных проводить анализ по всей пищевой цепочке.

От экономического ущерба, причиняемого микотоксинами, застраховаться практически невозможно. Минимальные, на первый взгляд, казалось бы, незаметные без калькулятора потери в приросте живой массы или других показателях, вызванные потреблением с кормом незначительных количеств микотоксинов, в конечном итоге складываются в огромные убытки. Мероприятия по профилактике микотоксикозов сельскохозяйственных животных и птиц – дополнительная и весомая статья расходов. Это далеко не полный список состава потерь и затрат, который тянет за собой локомотив микотоксинов. Но вот что следует поставить все же на первое место и о чем так мало сейчас говорится (хотя опасность реальная), так это вопрос о безопасности продукции птицеводства и животноводства в отношении накопления в них микотоксинов-канцерогенов для конечного звена пищевой цепи – человека. Связь между уровнем потребления микотоксинов и частотой проявления заболеваний опухолевой природы доказана.

Не вызывает сомнения необходимость налаживания четкой системы контроля микотоксинов, которая в России требует дальнейшего усовершенствования, это касается и спектра микотоксинов, и установления норм ПДК.

ЛИТЕРАТУРА

1. Коростелева В. П., Папуниди Э. К., Смоленцев С. Ю., Тарасова Е. Ю. Оценка качества мяса овец при Т-2 микотоксикозе на фоне применения актовегина, гептрала и фосфренила // Мясная индустрия. – 2014. – № 6. – С. 10–11.
2. Тарасова Е. Ю., Коростелева В. П., Пономарев В. Я. Определение остаточных количеств Т-2 токсина на фоне применения лекарственных средств // Вестник КНИТУ. – 2013. – № 7. – С. 196–198.
3. Трмасов М. Я., Папуниди К. Х., Степанов В. И. Принципы диагностики отравлений животных // Ветеринария. – 2010. – № 11. – С. 56–58.
4. Трмасов М. Я., Иванов А. В., Тарасова Е. Ю. Микотоксины – реальная угроза продовольственной безопасности // Вестник ветеринарии. – 2013. – № 65(2). – С. 78–80.

Коростелева Валентина Павловна, канд. ветеринар. наук, профессор, зав. кафедрой «Товароведение и технология общественного питания», Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Матвеева Елена Лаврентьевна, д-р биол. наук, профессор, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

перации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Коростелева Татьяна Вадимовна, канд. экон. наук, доцент, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза РФ «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (843) 210-30-26

E-mail: vkorosteleva@rucoop.ru

ON THE PROBLEM OF FOOD PRODUCTS QUALITY

Korosteleva Valentina Pavlovna, *Cand. o Vet. Sci., Prof., head of “Merchandizing and technology of food service” department, Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”). Russia.*

Matveeva Elena Lavrentievna, *Dr. of Biol. Sci., Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”). Russia.*

Korosteleva Tatiana Vadimovna, *Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”). Russia.*

Keywords: ecological situation, habitat, poisoning, food chain, toxicants, microtoxins.

The variety of microtoxins produced by microscopic fungi, the high level of their toxicity, the dangerous forms of microtoxicosis manifestation and their ability to be transmitted into the organs, tissues and biological fluids of productive animals and further up the food chain - to a human make the situation especially grave.

РАЗРАБОТКА НОВЫХ РЕЦЕПТУР И ТЕХНОЛОГИЙ БЕЗГЛЮТЕНОВЫХ КУЛИНАРНЫХ ИЗДЕЛИЙ НА ОСНОВЕ РИСОВОЙ МУКИ

Н. Н. АШИРОВА

*ФГБОУ ВПО «Новосибирский государственный технический университет»,
г. Новосибирск*

Аннотация. Организация школьного питания предусматривает разработку и реализацию рационов в основном для здоровых детей. Технологические трудности организации питания в школьных учреждениях гарантированным безглютеновым питанием становятся проблемой, поэтому разработка безглютеновых кулинарных изделий для включения их в рационы питания данной категории больных требуют изучения.

Ключевые слова: целиакия, безглютеновая диета, специализированные продукты, бесклеяковинные виды муки, безглютеновые кулинарные изделия.

В настоящее время одной из актуальных проблем в области здорового питания является разработка новых кулинарных изделий специального назначения с использованием растительного безклеяковинного сырья, направленных на профилактику и лечение алиментарно-зависимых заболеваний, в том числе целиакии. Проблемами организации диетического питания населения с глютеночувствительной целиакией занимаются И. Я. Конь, М. О. Ревнова, Н. А. Аверкина, Н. В. Вохмянина, Е. А. Сабельникова, Е. К. Janatuinen, R. F. Logan и другие ведущие ученые, которые внесли значительный вклад в теоретические и практические вопросы профилактики и лечения. Поскольку возникновение этого заболевания обусловлено поступлением с пищей глютена, единственным обоснованным способом его лечения является назначение диеты, основанной на полном исключении глютена, которая носит строгий, бескомпромиссный характер и должна продолжаться пожизненно [1].

На кафедре технологии и организации пищевых производств Новосибирского государственного технического университета одним из направлений научно-исследовательской работы является разработка продуктов питания на основе бесклеяковинного сырья. Используются новационные подходы к разработке функциональных продуктов питания (ФПП), например применение нетра-

диционных видов растительного сырья и технологий, которые отличаются новизной, требуют творческого отношения. В последние годы на кафедре разработаны новые рецептуры и технологии безглютеновых кулинарных изделий (БКИ) с использованием бесклеяковинных видов муки: «Биточки "Здоровье"» (с льняной мукой), «Биточки "Нежные"» (с гречневой мукой), «Биточки "Солнышко"» (с кукурузной мукой). Комплексные исследования местного растительного сырья – льняной муки, произрастающей в Сибирском регионе (при ее высокой пищевой ценности и низкого содержания в ней глютена – 1,9 мг/кг), – показали возможность и целесообразность ее использования в производстве безглютеновой кулинарной продукции. Высокие показатели пищевой и биологической ценности разработанных кулинарных изделий подтверждают перспективность использования их для питания детей с диагностированной целиакией [2].

При целиакии синдром нарушенного кишечного всасывания характеризуется процессами нарушенного гидролиза и кишечного всасывания нутриентов, что становится причиной патологических нарушений во всех видах обменных процессов [3]. Для этого в диету рекомендуют вводить источники легко перевариваемых белков, жиров и углеводов, применять блюда из измельченных продуктов. При коррекции сопутствующих «дефицитных состоя-

ний» в аглютенной диете (АГД) увеличивают содержание кроветворных микроэлементов, например железа и меди, кальция и витаминов группы В, полноценных белков животного происхождения. При этом диетотерапия должна учитывать влияние пищевых веществ и способов их кулинарной обработки на секреторную (выделение желудочного сока, пепсина) и двигательную функции желудка [4].

Целью наших дальнейших исследований является разработка новых безглютеновых кулинарных изделий (БКИ) с использованием муки рисовой. В качестве исходных ингредиентов использованы фарш куриный промышленного производства (ГОСТ Р 53163-2008), творог (ГОСТ Р 52096-2003), яйца куриные (ГОСТ Р 52121-2003), соль йодированная (ГОСТ Р 51574-2000), вода питьевая (СанПиН 2.1.4.2580-10).

Известно, что творог является одним из наиболее богатых источников полноценного белка до 16,5%, жира до 18%, содержит большое количество кальция, витамины А и Е, группы В, что необходимо для восполнения потерь при данном заболевании. Высокая концентрация в твороге молочных белков, присутствие незаменимых аминокислот, солей кальция и фосфора способствует укреплению зубов и костей – все это делает творог легко усвояемым продуктом, необходимым для нормального развития молодого организма, поэтому часто используется в детском, подростковом питании. Яйца – главный источник незаменимого белка и питательных веществ, они улучшают консистенцию мясных полуфабрикатов и связывают ингредиенты. Мясо птицы – важная составная часть диеты при целиакии – содержит животные белки, которые необходимы для восстановления тканевых белков при целиакии.

С целью повышения функциональных свойств в опытные образцы вводили безглютеновую муку рисовую (РМ) (ТУ 9197-023-00941903-2009), она богата витаминами группы В, фосфорсодержащими веществами, в том числе особо ценными – фитином и лецитином, а также микроэлементами калия и магния. РМ прекрасно усваивается организмом, находит широкое применение в лечебном и диетическом питании при заболеваниях желудочно-кишечного тракта.

Подготовка сырья производилась в соответствии с рекомендациями Сборника технологических нормативов для предприятий общественного питания [5]. В ходе работы было разработано 9 образцов рецептур биточков с рисовой мукой, в которых варьировали соотношение муки, воды, яиц и творога (при внесении рисовой муки 5, 10 и 15%). БКИ из рисовой мукой готовили без жира и подвергали конвекционной щадящей тепловой обработке в пароконвектомате в режиме 100% «влажный пар» в течение 10 минут. Разработанные новые БКИ с рисовой мукой исследовались по органолептическим, физико-химическим показателям качества, исследования проводились стандартными методами [6]. Микробиологические исследования проводили в соответствии с СанПиН 2.3.2.1078-01.

По органолептическим показателям [7] оптимальным образцом выбран образец № 3 с содержанием рисовой муки 5%, который получил лучшую балльную оценку ($4,64 \pm 0,3$) и обладал наилучшими характеристиками.

Сравнительные данные по физико-химическим показателям качества разработанных БКИ с рисовой мукой и с другими видами муки представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительные данные по физико-химическим показателям качества

Показатели, массовая доля, %	Экспериментальные данные			
	БКИ с рисовой мукой (образец № 3)	Биточки «Здоровье» с льняной мукой	Биточки «Нежные» с гречневой мукой	Биточки «Солнышко» с кукурузной мукой
Массовая доля сухих веществ	$33,70 \pm 0,20$	$34,48 \pm 0,30$	$31,89 \pm 0,20$	$32,74 \pm 0,10$
Массовая доля золы	$2,40 \pm 0,03$	$2,95 \pm 0,05$	$2,68 \pm 0,03$	$2,94 \pm 0,04$

Таким образом, в ходе научной работы были разработаны новые рецептуры и технологии БКИ с рисовой мукой с высокими органолептическими свойствами. Использование в рецептуре мясных кулинарных изделий безглютенового сырья улучшает пищевую ценность и придает им функциональные свойства продуктов специализированного назначения. Разработанные БКИ с рисовой мукой можно использовать в ежедневном диетическом и массовом питании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Конь И. Я., Тутельян В. А., Углицких А. К., Волкова Л. Ю. Рациональное питание российских школьников: проблемы и пути их преодоления // Здоровье населения и среда обитания. – 2008. – № 7. – С 4–5.
2. Аширова Н. Н. Диетическое питание школьников, как часть лечебного, при заболевании целиакия // Иновационные направления деятельности в общественном питании и хлебопечении : материалы Всерос. науч.-практ. конф. – Новосибирск, 2011. – С. 12–19.
3. Вохмянина Н. В. Современное представление о целиакии. – СПб. : Изд-во СПбГМУ ; Тверь : Триада, 2009. – 151 с.

4. Покровский А. А., Самсонов М. А. Справочник по диетологии. – М. : Медицина, 1981. – 249 с.
5. Сборник рецептов блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания при общеобразовательных школах / под ред. В. Т. Лапшиной. – М. : Хлебпродинформ, 2004. – 640 с.
6. Ловачева Г. Н., Мглинец А. И., Успенская Н. Р. Стандартизация и контроль качества продукции. – М. : Экономика, 1990. – 239 с.
7. ГОСТ Р 53104–2008. Услуги общественного питания. Метод органолептической оценки качества продукции общественного питания. Введ. 2010 – 01 – 01. – М. : Изд-во стандартов, 2010. – 14 с.

Аширова Нурия Нургалиевна, канд. техн. наук, ст. преподаватель кафедры «Технология и организация пищевых производств», ФГБОУ ВПО «Новосибирский государственный технический университет»: Россия, 630073, г. Новосибирск, просп. Карла Маркса, 20.

*Тел.: (383) 346 08 43
E-mail: niskt@mail.ru*

DEVELOPMENT OF NEW RECIPES AND TECHNOLOGIES OF GLUTEN-FREE CULINARY PRODUCTS BASED ON RICE FLOUR

Ashirova Nuria Nurgalieva, Cand. of Tech. Sci., senior lecturer of "Technology and organization of food production" department, Novosibirsk State technical university. Russia.

Keywords: celiac disease, gluten-free diet, specialized products, gluten-free types of flour, gluten-free culinary products.

The organization of school meals mostly involves the development and production of meals for healthy children. The organization of school meals on the basis of guaranteed gluten-free diet is a problem. Thus, the development of gluten-free culinary products for the purpose of including them in the ration of this category of patients requires further study.

УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДИРОВАНИЕМ И РЕБРЕНДИНГОМ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Е. Н. КОВАЛЕВА

*ФГБОУ ВПО «Астраханский государственный университет»,
г. Астрахань*

Аннотация. Брендирование туристских территорий становится движущей силой в экономическом и культурном развитии, продвижении территории на целевые рынки, захвате умов потенциальных потребителей. Развивая программу брендирования туристская территория получает вполне реальный финансовый успех и стимул в социально-экономическом развитии.

Ключевые слова: бренд, брендирование, программа брендирования, туристская территория, маркетинг туристской территории, развитие территории.

Туризм можно рассматривать не только как отрасль, влияющую на развитие инфраструктуры, отраслей культуры и сельского хозяйства, сферы услуг и других. Туризм оказывает мощное воздействие на имидж территории, который в свою очередь влияет на турпоток и доход от туризма.

Ряд городов и территорий начали уделять должное внимание разработке и поддержке бренда, а также ребрендингу. Понятно, что все это ориентировано на повышение экономической, туристской и инвестиционной привлекательности городов и территорий.

Сегодня бренд – важнейший маркетинговый инструмент. Бренд города, территории – сущность, лежащая между впечатлением жителей (идентичностью) и взглядом гостей (образом города и территории). Как правило, он имеет визуальное выражение – девиз, логотип, фирменный стиль сродни корпоративному – и имеет смысл, прежде всего тогда, когда связан со стратегией развития города, территории [1–4].

Фактически продвижение бренда – это своего рода создание желательной репутации города или территории, что влечет за собой рост прямых и косвенных инвестиций. Например, увеличение рейтинга репутации Австрии на 5 пунктов в 2012–2013 гг. привело бы к увеличению дохода с туризма на \$2,4 млрд [5]. Пункты, как правило, означают социологические или психологические показатели, которые можно измерить путем опросов,

экспертных оценок, фокус-групп или интервью. К примеру, весьма авторитетный рейтинг Anholt-GfK Roper City Brands Index Саймона Анхольта основывается на «шестиугольнике» (знание о городе, характеристики места, условий жизни, насыщенности событиями, потенциала) [6]. А рейтинг City RepTrak от Reputation Institute, основывается на психологических аспектах: как чувствуется город, каковы ожидания, чем восторгаются, почему доверяют [7].

Существует порядка дюжины методик «замера» весомости бренда или репутации города, но однозначной или «правильной» модели среди них пока нет. Многие города, проходили или проходят процесс брендирования или ребрендинга, имея серьезные стратегические цели: изменить отношение к городу самих жителей (Нью-Йорк) или гостей города (Копенгаген), акцентировать привлекательность экономическую (Йоханнесбург) или культурную (Лондон).

Одним из новых и интересных исследований Reputation Institute за 2014 год стало сравнение двух высоко стоящих в рейтингах городов мира: Лондона и Сиднея. По мнению Reputation Institute Лондон самый дорогой город в мире, однако, Сидней его превосходит в плане авторитетности [8].

С января по март 2013 года City RepTrak провело исследование среди 22 000 респондентов из стран G8 с целью составления рейтинга 100 самых авторитетных городов мира. За

основу были взяты: уровень доверия, уважения, восхищения, почтения, восприятия, охватывающие три направления – развитие экономики, привлекательность окружающей среды и эффективность правительства.

Сидней в рейтинговании набрал наивысшие 77,4 из 100 возможных баллов. За ним следуют: 76,9 баллов у Торонто (Канада) и 76,9 баллов у Вены (Австрия), затем 75,8 у Венеции (Италия). Лондон занимает лишь 9 место в рейтинге с 74,4 баллами.

Городами с низкими значениями рейтинга оказались Багдад (Ирак) – 28,5 баллов, Карачи (Пакистан) с 43,5 баллов, Найроби (Кения) – 44,4 и с 46,1 баллом Каир (Египет).

По мнению Reputation Institute городами с идеальной репутацией становятся те, которые способны поддерживать баланс и определенное лидерство в разработанной Агентством модели трех направлений. Исследование также выявило ключевые направления по выстраиванию положительного рейтинга города: эстетика городской среды, однозначно важный фактор – безопасность, уровень развития культуры, гастрономии, индустрии развлечений и уровня жизни. Все эти направления положительно развиты у ТОП-5 городов мира.

Reputation Institute отмечает, что большими городами трудно управлять. Это объясняет, почему за исключением Лондона в ТОП-10 рейтинга RepTrak вошли города только средних размеров. Исследование показывает, что при управлении небольшими городами особое внимание следует обратить на незначительные, казалось бы, детали, которые, в конечном счете, определяют отношения с заинтересованными сторонами, а не сосредоточены исключительно на туристских прибытиях и продаже товаров. Направления развития, такие как бизнес, оказывают значительное влияние на репутацию города.

Изучая влияния бренда, брендинга или ребрендинга городов рассмотрим нескольких из них, такие как Копенгаген, Лондон, Нью-Йорк, Йоханесбург.

Ребрендинг Копенгагена [9] производится с 2009 года компанией *Open Copenhagen – Open For You* (в рамках стратегий *WOCO & Copenhagen Citybreak*). Организаторами и участниками выступили *Copenhagen Brand Secretariat, VisitCopenhagen, concept by Wally Olins, brand director Jacob Saxild*. Затраты на брендинг составили €74 млн (с 1989 года), за-

планируемые расходы на 2012–2014 годы – €12 млн.

На самом деле *Open Copenhagen* – это кампания в рамках запущенной еще в 1989 году стратегии «20 шагов» по выходу из угрожавшего городу банкротства. В 2009 году в рамках стратегического плана развития туризма *VisitCopenhagen* начат ребрендинг этого направления – *cOPENhagen: Open For You*. Требовалось представить Копенгаген открытым во всех смыслах городом, комфортным, дружелюбным к окружающей среде, толерантным и «дружелюбным к туристам, бизнесу, инвестициям, событиям, жизненному опыту, альтернативам». Результатами работы стали многочисленные неоднократные завоевания в разные годы: лучший город мира для велосипедистов, лучший город мира для бизнеса, город с самым точным и пунктуальным аэропортом Европы и другие. Копенгаген по рейтингу успешности бренда (*Reputation Institute*) обходит Стокгольм, Прагу и Нью-Йорк.

Брендинг Лондона [10] проводится с 2003 года. Кампания *Totally London* достаточно широкая. В ней организаторами и участниками выступили: *Promote London Council, London Development Agency, London & Partners, Wolff Ollins*. Известно, что затраты на брендинг составили: на начальном этапе – £3,8 млн; за все время – около £74 млн (без учета участия в бренде «Лондон Олимпийский»).

Основной целью программы по брендингу было расширить туристскую привлекательность города, сделав ее универсальной. Основной акцент кампании делался на мультикультурность Лондона. Усилия дали результат: уже к 2006 году Лондон стал восприниматься как город-космополит. В прессе по отношению к городу без напоминания ставили эпитет «world city». Одним из прямых финансовых результатов создания «зонтика» брендов (около 20 суббрендов под основным) Лондона считаются €11,7 млрд привлеченных инвестиций в Олимпиаду-2012.

Сегодня Лондон продвигается посредством компании «Лондон и Партнеры» – официальной организации по продвижению Лондона его целевой аудитории как лучшего мегаполиса в мире. Работая в рамках некоммерческого партнерства, учрежденного 1 апреля 2011 года бизнесом и мэрией Лондона, организация выбрала особую миссию: «Рассказывать

о Лондоне блестяще». Цель – привлечение инвестиций и посетителей для создания новых рабочих мест и обеспечения роста экономики сегодня, и формирование устойчивой международной репутации Лондона на завтра.

Компания «Лондон и Партнеры» создана для объединения программ продвижения разных агентств: Think London, Study London and Visit London. Важным было создать единую кампанию по продвижению Лондона для общения на одном языке и с единой миссией, как в Соединенном Королевстве, так и на международном рынке.

Брендинг Нью-Йорка [11]. Кампания «I love NY» была начата с 1977 года. Организаторами и участниками выступили: N. Y. C. Branding office, Wells Rich Greene, BBDO New York, logo by Milton Glaser. Затраты на брендинг составили за все время – 126 млн. (оценка), а за период с 2007 по 2008 гг. – \$ 16 млн.

Изменить образ Нью-Йорка – «города работяг», сделать акцент на туристской привлекательности, а также на привлекательности города для внутренних трудовых миграций (жить и работать в Нью-Йорке). Начиная с 2011 года сосуществует с новым «мультикультуралистским» и универсальным логотипом NYC. Важный результат: логотип I love NY стал общеупотребительным и породил множество подражаний по всему миру. Ежегодный объем туристских посещений за 20 лет вырос более чем в 110 раз, объем финансовой отдачи от туризма – более чем в 70 раз (порядка \$6 млрд в год).

NYC & Company – это официальная организация в сфере маркетинга, туризма и партнерских отношений Нью-Йорка. Миссия организации в максимизации возможностей туризма и путешествий во всех пяти районах города, экономического благополучия и распространении динамичного образа Нью-Йорка по всему миру. Достигает цель через массив коммуникационных каналов, включающих сайт nycgo.com, информационные терминалы, туристский информационный центр NYC и публикации NYC & Company. Все это ресурсы для жителей и гостей в реализации их желания посмотреть город во всей красе.

Используя свои медиавозможности, NYC & Company гарантирует партнерам максимальную отдачу от инвестиций.

Используя брендинг горо-

да как инструмент экономического роста, многие города достигли поистине высоких результатов. Одним из примеров стал Йоханесбург [12]. Кампания «City of Joburg» стартовала с 2001 года. Организаторы и участники: Johannesburg metropolitan area Council, Interbrand. Затраты на брендинг по оценкам составили \$97 млн.

Ухудшение условий жизни в ЮАР в середине 1980 гг. способствовало росту преступности, проституции и распространению наркотиков в Йоханнесбурге, не говоря уже об апартеиде и нарушении прав человека. У города закрепилась плохая репутация, особенно в восприятии тех, кто в нем не был. В конце 2001 года была разработана масштабная рекламная кампания по привлечению в город инвесторов и бизнесменов. Лозунг кампании – «Африканский город мирового класса» (его неофициальное название – Joburg – знали и воспринимали положительно). Положительным результатом от программы брендинга начинают считать 2011 год Йоханнесбург, когда ВВП страны вырос до 16%, тогда как до начала брендинга он составлял лишь около 2,5%.

По мнению ученых и исследователей, человек держит в «оперативной» памяти не более десятка брендов из одной товарной категории и с ходу может назвать всего один или два. Важная задача любого города или территории зацепить своего потребителя. С этой целью все готовы тратить миллионы на брендинг и ребрендинг. Однако если название бренда не связано со стратегией и позиционированием, риск промахнуться очень велик.

Распространяя вышесказанное на туристскую территорию, следует отметить, что совокупность территориальных брендов является одним из сильнейших показателей развитости зонтичного бренда, а управление им свидетельствует об экономической эффективности внедряемой идеи.

Анализируя российскую практику внедрения программ брендинга территорий, у многих отмечается одна главная ошибка – навязывание руководством территории желаемого видения, идеи, образа. Искусственное внедрение, а точнее навязывание идей, положенных в основу бренда однозначно увеличивает затраты на реализацию программы брендинга, поскольку у целевой аудитории подчас перепрограммируется видение своего места житель-

ства, работы, ведения бизнеса. Внедрение искусственного территориального бренда подчас невозможно из-за слабого маркетинга и вызывает много юмора, например брендование города Пермь у местного населения связано с буквой «П», идея которой была неоднозначно воспринята основной целевой аудиторией.

Обобщая опыт международных исследователей, можно дать следующие рекомендации российским территориям по формированию программ брендования: необходимо глубоко исследовать наследие и потенциал своей территории, проанализировать восприятие территории целевой аудиторией, хорошо проработать коммуникации с ней, программу брендования территории должен вести один оператор, в программе должна быть отражена одна конкретная цель, на которую будут работать все мероприятия, нужна профессиональная команда по брендованию и последнее, необходимо проводить адекватные мероприятия, в основе которых лежит наследие конкретной территории, но не мода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Десять примеров успешного ребрендинга городов [Электронный ресурс] // Forbes. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/stilzhizni-slideshow/puteshestviya/188010-10-primerov-uspeshnogo-rebrandinga-gorodov/slide/1>.
2. Генри А. Маркетинг: принципы и стратегия : учебник для вузов. – М. : ИНФРА-М, 2001. – С. 369–372.
3. Маркетинг : учебник для вузов / под общ. ред. Г. Л. Багиева. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2008. – С. 535–537.
4. Маркетинг : учебник / Колл. авторов ; под ред. проф. Н. П. Ващекина. – М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2004. – С. 153.

5. Международное рейтинговое агентство Reputation Institute [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.reputationinstitute.com>.
6. Рейтинг Anholt-GfK Roper City Brands Index [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.simonanholt.com/Research/research-city-brand-index.aspx>.
7. Управление репутацией твоего города в 2013 году в рейтинге City RepTrack [Электронный ресурс] / Международное рейтинговое агентство Reputation Institute. – Режим доступа: <http://www.reputationinstitute.com/thought-leadership/city-reptrak>.
8. Сидней выигрывает у Лондона в рейтинге самого авторитетного города в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ibtimes.co.in/articles/533975/20140113/sydney-beats-london-reputable-city-world.htm>.
9. Информационный туристский центр города Копенгаген [Электронный ресурс] // OpenCopenhagen. – Режим доступа: <http://www.opencopenhagen.dk>.
10. Информационный туристский центр города Лондон [Электронный ресурс] // VisitLondon. – Режим доступа: <http://www.visitlondon.com>.
11. Информационный туристский центр города Нью-Йорк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nycgo.com>.
12. Информационный туристский центр города Йоханесбург [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.joburg.org.za>.

Ковалева Екатерина Николаевна, канд. экон. наук, доцент кафедры «Мировая экономика и финансы», ФГБОУ ВПО «Астраханский государственный университет»: Россия, 414056, г. Астрахань, ул. Та-тищева, 20а.

Тел.: (927) 588-30-07

E-mail: parkat@list.ru

MANAGING THE BRANDING AND REBRANDING OF TOURIST TERRITORIES.

Kovaleva Ekaterina Nikolaevna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof. of "World economy and finance" department, Astrakhan State university. Russia.

Keywords: brand, branding, branding program, tourist territory, marketing of a tourist territory, development of a territory.

The branding of tourist territories is becoming the moving force in the economic and cultural development, promotion of a territory to target markets, capturing the minds of potential customers. Through the development of its branding program, a tourist territory obtains tangible financial success and stimulus for its social-economic development.

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Д. Ф. ГАРАЕВА

Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации», г. Казань, Республика Татарстан

Аннотация. В условиях экономики знаний важнейшим источником конкурентных преимуществ организации является интеллектуальный и человеческий капитал. Структура человеческого капитала (образование, навыки, знания, умения, инновации) влияет на инновационную мощь предприятия и его потенциал. Взаимодействие человеческого капитала и инновационности организации осуществляется на основе ресурсов, основанных на знаниях. Человеческий капитал является неотъемлемой частью инновационной деятельности и определяющим фактором конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: инновации, экономика знаний, конкурентоспособность, интеллектуальный капитал, человеческий капитал.

В условиях инновационной экономики знания являются важнейшим компонентом для получения конкурентных преимуществ. Человеческий капитал играет главную роль в инновационном развитии организации. В экономике, основанной на знаниях, инвестиции в нематериальные активы рассматриваются в качестве важнейших элементов создания ценностей организации.

Способность организации к непрерывной инновационной деятельности, создающей конкурентные преимущества, основывается на непрерывном развитии системы знаний и интеллектуальных ресурсов, а также эффективном управлении этой системой. В конкурентной борьбе в условиях инновационной экономики преуспевают организации, которые развивают человеческие активы, позволяющие более эффективно внедрять и применять знания, быть более гибкими, интеллектуальными и современными, чем конкуренты. Интеллектуальный капитал во взаимосвязи с инновациями является источником устойчивого конкурентного преимущества организации. Интеллектуальный капитал – это способность превращать знания и нематериальные активы в ресурсы экономического роста, экономическое богатство.

Человеческий капитал – это социально-культурный ресурс общества, без которого невозможна высокоэффективная производственная и инновационная деятельность, обеспечивающая социально-экономический и научно-технический прогресс. В совокупности с другими видами капитала человеческий капитал составляет основу экономики знаний и национального богатства каждой страны. Человеческий капитал рассматривается как решающая движущая сила развития инновационной экономики.

Человеческий капитал организации характеризуется специфическими чертами и отличительными особенностями, воплощенными в его работниках (знания, опыт, умения, способности, здоровье, мотивация и т. д.). Эти характерные особенности имеют определенную стоимость и являются источником доходов как для самого владельца человеческого капитала, так и для предприятия, которое использует данный капитал при определенных условиях.

Основной компонент в развитии конкурентной позиции предприятия составляют таланты и уникальные способности сотрудников, которые формируют человеческий капитал, включая повышенную результативность, работоспособность, гибкость, обучаемость,

адаптивность, способность к инновациям. Высокомотивированные и талантливые специалисты, способности которых трудно скопировать, являются конкурентным преимуществом организации.

Инновационная хозяйственная система функционирует на принципах «обучающейся организации», результатом является более конкурентный человеческий капитал, и это становится реальным конкурентным фактором развития инновационной организации в целом. Комбинацию процессов, способностей, личностей, стилей и организационной культуры формируют организационные стратегии, политика и практика в области человеческого капитала на предприятии. Высококвалифицированные работники, обладающие широким спектром навыков и умений, имеют более высокий уровень человеческого капитала, способны с помощью своих знаний создавать и развивать эффективные инновации. Создание конкурентного преимущества в первую очередь проявляется в способности создавать продукцию, отличную от продукции, существующей на рынке, за счет использования качественно иного человеческого капитала, воплощенного в сотрудниках компании.

Рыночная стоимость организации формируется за счет финансового и интеллектуального капиталов. Интеллектуальный капитал организации представлен знаниями, создающими богатства организации. Такие знания могут считаться нематериальными активами, которые способствуют повышению качества внутренних процессов и создают добавленную стоимость. В настоящее время организации в большей степени ориентированы на поддержание ключевых сотрудников и использования их знаний и инновационных способностей как для подчеркивания имиджа, бренда, так и для увеличения финансового капитала. Организации, которые умеют находить и развивать человеческий капитал, необходимый для получения конкурентного преимущества, имеют большую возможность инновационного развития.

В различных отраслях величина человеческого капитала в общей стоимости бизнеса составляет от 30 до 80%. Вклад людей является важнейшим фактором результативности деятельности организации. Человеческий потенциал повышает конкурентоспособность

организации. Способность человека производить товары и услуги трансформируется в человеческий капитал. Различия между человеческим капиталом и человеческим потенциалом не столь значительны, на практике эти понятия взаимозаменяемы. Поэтому человеческий капитал можно считать составной частью рыночной стоимости организации с позиции сотрудника, создающего успех организации, рассматривать как динамический индекс и очень важный фактор развития организации. Люди создают добавленную стоимость организации. Человеческий капитал организации осуществляет позитивное влияние на инновации.

Инновационный процесс создания или внедрения инноваций неотделим от человеческого творчества, знаний и навыков сотрудников. Инновации, как умственные способности, тесно привязаны к компетенции, способности применять знания и навыки, способности опираться на предыдущие знания и генерировать новые знания. Это означает, что инновация включает в себя создание новых знаний. Инновационные отношения в организации создают стимулы к инновациям. Стремление организации к переменам влияет на инновационную деятельность работников. Инновационный потенциал может быть связующим звеном в отношениях между организациями, человеческим капиталом и эффективностью организации.

Таким образом, для создания новых или улучшенных продуктов, организациям необходимо по-новому перераспределить ресурсы, объединить ресурсы или объединить новые ресурсы с существующими ресурсами как внутри организации, так и вне организации. Как правило, практику инновации можно понимать как комплекс деятельности, в которой новые знания используются в коммерческих целях.

Организационные перемены тесно связаны с человеческим капиталом. Человеческий капитал влияет на основные результаты инновационной деятельности организации: продукт, процесс и менеджмент инноваций.

Существенное влияние на инновационный продукт, инновационный процесс, стимулы к инновациям оказывает человеческий капитал. Инновации сильно зависят от знаний, которые могут служить в качестве основы конкурентных преимуществ. Сущностью ин-

новационного развития является взаимосвязь знаний и инноваций. Организации с высоким содержанием интеллектуального капитала имеют большую возможность по созданию инновационного продукта.

Переход на инновационный путь развития реализуется, прежде всего, посредством инвестиций в человеческий капитал. В современном обществе развитие человека и его способностей является необходимым условием прогресса. Можно сказать, что в современной инновационной экономике уровень конкурентоспособности организации все в большей степени определяется качеством кадров, их профессионализмом, а также уровнем их взаимодействия и сотрудничества. В современных условиях инновационного развития экономической системы невозможно удерживать конкурентные позиции за счет экономии на стоимости рабочей силы и развитии социальной сферы предприятия, в частности образования и здравоохранения. Роль человеческого капитала в успешной и эффективной деятельности организации, а также ее развитии неуклонно возрастает. Для отдельных организаций, городов, регионов и даже стран человеческий капитал стал играть определяющую роль в обеспечении их развития, улучшения количественных и качественных показателей и в повышении их конкурентоспособности в целом.

Особая роль человеческого капитала состоит в том, что, с одной стороны, он выступает как необходимый ресурс предприятия, а с другой – как субъект, который приводит в производительное движение все факторы конкурентоспособности. То есть человеческий капитал является определяющим фактором конкурентоспособности предприятия.

При этом важно отметить, что человеческий капитал – единственный фактор развития, имеющий почти неограниченные пределы эффективности (результативности). И в то же время он мало доступен для воспроизводства конкурентами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баландин Д. А., Пискунов А. И. Роль человеческого капитала в повышении конкурентоспособности предприятий АПК [Электронный ресурс] // Креативная экономика. – 2012. – № 12(72). – С. 13–18. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/26591>.
2. Носкова К. А. Влияние человеческого капитала на инновационное развитие организации [Электронный ресурс] // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2013. – № 12. – Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2013/12/3414>.
3. Краковская И. Н. Человеческий капитал организации как фактор ее инновационного развития: управление по стадиям жизненного цикла [Электронный ресурс] // Креативная экономика. – 2011. – № 1 (49). – С. 60–67. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/3324>.

Гараева Дина Фидайловна, канд. экон. наук, доцент, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (843) 272-80-91

E-mail: garaevadina@mail.ru

HUMAN CAPITAL AS THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF AN ORGANIZATION IN INNOVATIVE ECONOMY CONDITIONS

Garaeva Dina Fidailovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”). Russia.

Keywords: *innovations, knowledge-based economy, competitive ability, intellectual capital, human capital.*

In the conditions of knowledge-based economy, intellectual and human capital become the major source of competitive advantages of an organization. The structure of human capital (education, skills, knowledge, capabilities, innovations) influences the innovative power of an enterprise and its potential. The interaction of human capital and the innovativeness of an organization is founded on resources, which are based on knowledge. Human capital is an indispensable part of innovative activity and the determining factor of competitive ability of an enterprise.

УЧАСТИЕ БИЗНЕСА В ПРЕДОСТАВЛЕНИИ УСЛУГ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: НЕМЕЦКАЯ МОДЕЛЬ

А. М. БЕЛЯКИН, А. М. МУХАМЕТШИН

*Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации
«Российский университет кооперации»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Рассматриваются методы и формы участия бизнеса в Германии в предоставлении образовательных услуг. Показаны характеристики дуальной системы профессионального образования, отмечены ее преимущества и недостатки.

Ключевые слова: образовательные услуги, бизнес-сообщество, дуальная система, немецкая модель.

Характеристики немецкой системы профессионального образования включают в себя низкие показатели отсева на всех уровнях профессионального образования; устойчивую приверженность научным исследованиям и разработкам; расчет работодателей на высокое качество профессиональной подготовки в рамках системы образования или помощь в его обеспечении; эффективные механизмы внутренней мобильности, основанной на карьерном росте; кооперативный характер производственных отношений.

Немецкая модель перехода от обучения к трудовой деятельности основана на принципах институциональности, которая характеризуется системой организованных взаимодействий между образовательными учреждениями, фирмами, профессиональными союзами и органами государственной власти. Граждане могут беспрепятственно принимать решения по профессиональной занятости, которые поддерживаются институциональной сетью и обеспечены четким описанием возможностей и способов достижения карьерных целей. Считается, что участники этой модели развивают чувство принадлежности в сочетании с чувством ответственности перед обществом, своей компанией и страной в целом.

Учебные программы профессионального образования в Германии отличаются значительным разнообразием. Немецкая модель

реагирует на два типа разнообразия учебных программ:

- а) разнообразие способностей и интересов обучаемых;
- б) разнообразие спроса на рабочую силу и рынка труда.

Проводится дифференциация по возрасту обучаемых: младший поток от 10 до 12 лет и молодежь 15–16 лет. Большинство обучаемых из числа тех, кто не планирует сразу продолжение академического образования, переходят на так называемую «дуальную систему». Последняя включает обучение на фирме под руководством сертифицированного инструктора-мастера. Это обучение сочетается с посещением школы для получения общей и теоретической подготовки. В дуальной системе участвует примерно две трети из общего числа обучаемых в Германии, на предмет чего заключаются специальные соглашения.

Примерно четверть немецких фирм предоставляют обучение с отрывом от производства для двух третей своих молодых работников в возрасте от 16 до 18 лет. Для работодателей существует законодательно установленное обязательство (относящееся ко всем работникам, не достигшим 18 лет) проводить обязательное обучение, по крайней мере, с совмещением работы и учебы.

Основные элементы контроля качества для немецкой дуальной системы включают

федеральное регулирование профессионального содержания учебных дисциплин и итоговый экзамен. Результаты определяются на основе исследований, проводимых непосредственно на рабочем месте. Если работодатели и профсоюзы приходят к консенсусу относительно этих результатов, определяются стандарты, установленные для данной профессии.

Немецкая дуальная система глубоко интегрирована в образовательное пространство. После девяти лет обязательного образования обучаемый может выбрать любую комбинацию из следующих:

а) трехгодичная академическая программа подготовки к поступлению в университет;

б) одно- или двухгодичная программа профессионального обучения с отрывом от производства для подготовки к будущей работе или для дальнейшего обучения;

в) дуальная система, состоящая из обязательного профессионального образования, включающего базовые академические курсы; обучения на рабочем месте сроком на три или четыре года с выдачей сертификата – эта система предусмотрена только для признанных государством квалифицированных профессий.

Отдельного внимания заслуживает профориентация, которая начинается в последние два года обязательного образования и организуется представителями Министерства труда. Обучаемые могут посещать фирмы в течение одной-четырех недель для принятия правильных решений о выборе профессии. В средней школе ученикам также предоставляется специальный курс, описывающий деятельность различных компаний для получения информации об их экономике, целях и функциях. Это облегчает процесс выбора профессии. Фирмы отбирают кандидатов на свои вакансии на основании собственных внутренних критериев. Обучение молодежи рассматривается как важная инвестиция, и компании хотят делать наилучший выбор своих работников.

Как известно, Германия является федеративным государством с децентрализованной организацией управления. Государственная ответственность за образование делится с регионами. Законодательные положения в Германии провозглашают свободу передвижения и выбора профессии, что делает необходимым сотрудничество регионов по стандартизации систем среднего и высшего образования в части организационных структур, учебных про-

грамм и систем оценивания. Федеральное трудовое законодательство детально регулирует профессиональные условия труда и обучение работников, а также социальные переговоры на локальном уровне.

Можно отметить следующие основные факторы, способствующие поддержке качества учебных программ профессионального образования, а значит и способствующие карьерному росту:

1. интеграция теоретической и практической подготовки;

2. координация и мониторинг учебной деятельности на различных уровнях профессионального образования;

3. на региональном и муниципальном уровнях связь между образовательными организациями и бизнес-сообществом осуществляется через торгово-промышленные палаты.

Владелец фирмы несет личную ответственность за обеспечение того, что профессиональное обучение осуществляется в соответствии с законодательством. Фирмы должны регистрировать в торгово-промышленных палатах преподавателя, ответственного за профессиональную подготовку, а преподаватель, в свою очередь, должен разрабатывать и предоставлять для контроля учебный план, который гарантирует обучение требуемым умениям и компетенциям. Существует значительный взаимный интерес в получении эффективных результатов и у обучаемого, и у его наставника в профессиональном и личном плане, поэтому преподаватель активно участвует в построении карьеры своего подопечного. Весь этот процесс достаточно серьезно контролируется.

Половина всех обучающихся по дуальной системе сотрудничают с малым бизнесом (фирмы с числом сотрудников менее 50). Предприятия малого и среднего бизнеса являются основными участниками и партнерами немецкого образования и профессиональной подготовки. Все фирмы уплачивают пошлины в торгово-промышленную палату независимо от того, пользуются ли они услугами палаты или нет.

На содержание учебных дисциплин устанавливаются национальные стандарты с учетом данных научных исследований и требований бизнеса. Рабочие программы и учебные планы подготовки к выпускным экзаменам периодически обновляются в соответствии с

результатами лучшей практики в профессиональных областях. Торгово-промышленная палата определяет условия сдачи квалификационного экзамена и состав экзаменационной комиссии, которая включает в себя равное количество представителей работодателей и работников организации профессионального обучения.

В настоящее время в Германии насчитывается свыше 1 миллиона внутрифирменных преподавателей профессионального обучения, более половины которых имеют высшую профессиональную квалификацию мастера. Преподаватели профессионального образования в Германии являются государственными служащими и имеют высокий социальный статус.

Все ли идеально в немецкой системе профессионального образования? С какими она сталкивается внешними и внутренними вызовами? Внешние воздействия включают международную конкуренцию и спрос на высокоэффективные рабочие места. Кризис в экономике оказал влияние на количество доступных учебных мест на фирмах. Кроме того, воссоединение с гимназиями вызвало переосмысление дуальной системы. Все большее число немецкой молодежи хочет получить университетское образование, а промышленность сетует на значительный дефицит хорошо квалифицированных рабочих. Усилия образовательной общественности сосредоточены на путях, которые позволяют выпускникам дуальной системы поступать в университеты и/или поднять двойную систему до университетского эквивалента. Также немецкая профессиональная школа сталкивается с

проблемами безработицы и обеспечения равных возможностей образования для всех социальных категорий, хотя 90% всей молодежи в той или иной форме включено в профессиональное обучение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бузятков Е. Бизнес и образование: модель взаимодействия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://polit.ru/article/2006/03/23/gosde>.
2. Карловский А. В. Формирование системы показателей деятельности высшего учебного заведения // Качество, инновации, образование. – 2008. – № 9.
3. Дымарская О. Я. Профессиональное образование и рынок труда: опыт и перспективы взаимодействия // Россия реформирующаяся: Ежегодник 2005 / отв. ред. Л. М. Дробижева. М.: Институт социологии РАН, 2006. – С. 174–184.

Белякин Александр Михайлович, д-р пед. наук, профессор, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Мухаметшин Айрат Мухтарович, канд. техн. наук, профессор, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (843) 272-80-91

E-mail: anzag73@mail.ru

PARTICIPATION OF BUSINESS IN THE PROVISION OF PROFESSIONAL EDUCATION SERVICES: GERMAN MODEL

Belyakin Aleksandr Mikhailovich, Dr. of Ped. Sci., Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation"). Russia.

Mukhametshin Ayrat Mukhtarovich, Cand. of Tech. Sci., Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation"). Russia.

Keywords: *educational services, business community, dual system, German model.*

The study examines the methods and forms of German business participation in the provision of educational services. It presents the characteristics of the dual system of professional education and determines its advantages and drawbacks.

РИТУАЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ КАК ОДИН ИЗ ВИДОВ СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ

О. Н. СУСЛЯКОВА

*Калужский филиал ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве РФ»
г. Калуга*

Аннотация. В статье рассмотрены преимущества страхования жизни как подотрасли личного страхования, направленного на оказание финансовой помощи населению при наступлении в их жизни определенных неблагоприятных событий, а также определены необходимость и сущность ритуального страхования, призванного защитить граждан и членов их семей от большей части финансовых расходов и хлопот по организации достойных похорон.

Ключевые слова: страхование, страхование жизни, ритуальное страхование.

Страхование как метод защиты имущественных интересов физических и юридических лиц уже много сотен лет используется в мировой практике не только для возмещения материального ущерба (в рамках имущественного страхования), но и для оказания финансовой помощи населению при наступлении в их жизни предусмотренных в договоре неблагоприятных событий (в рамках личного страхования).

Кроме того, с помощью страхования можно сберечь и накапливать денежные средства, используя их на поддержание жизнедеятельности семьи при уходе из жизни основного кормильца, на получение образования детей, на приобретение жилья и другие важные для семьи цели [1]. Это возможно благодаря такому виду личного страхования, как страхование жизни, которое широко развито в большинстве зарубежных стран, предоставляя населению широкий перечень страховых услуг.

В России страхование жизни после продолжительного периода спада только набирает обороты: до 2013 г. этот вид страхования, по данным органа страхового надзора, занимал около 3% в структуре страховых сборов, по итогам 2013 г. его доля составила порядка 9%, при этом рост премий по страхованию жизни превысил 60%. По итогам первого полугодия 2014 г. рост премий по страхованию жизни составил более 30% [2]. Среди лидеров страхования жизни традиционно лидируют «Сбербанк страхование», «Ренессанс жизнь» и «АльфаСтрахование».

Страхование жизни играет огромную роль в обеспечении социальной стабильности общества в силу следующих преимуществ.

В жизни каждого из нас может наступить момент, когда потребуются дополнительные финансовые средства на лечение и/или восстановление здоровья после получения травмы либо инвалидности – и заранее заключенный договор страхования жизни в данном случае значительно снижает финансовую нагрузку на семейный бюджет и помогает компенсировать произведенные расходы.

Родители, как правило, стремятся обеспечить будущее своих детей, помогая им получить образование, приобрести жилье и пр. – долгосрочный договор страхования жизни позволяет накопить необходимую сумму денежных средств и осуществить объемные капиталовложения без значительной нагрузки на семейный бюджет.

Как правило, выход на пенсию сопровождается ощутимым снижением количества финансовых ресурсов в семье и, как показывает практика, государственная пенсия зачастую не может обеспечить привычный уровень жизни – договор пенсионного страхования позволяет каждому гражданину самостоятельно позаботиться об уровне и качестве жизни тогда, когда в силу возраста или состояния здоровья он не сможет полноценно трудиться и обеспечивать себя и свою семью.

Каждая семья рано или поздно сталкивается с ситуацией, когда один из членов се-

мы уходит. И как бы кощунственно это не звучало, помимо нелегких моральных страданий это всегда сопровождается большими финансовыми расходами на организацию похорон, установку памятника и другие необходимые мероприятия. Особенно тяжело в финансовом плане семье приходится в том случае, если из жизни уходит основной кормилец или оставшиеся родственники являются нетрудоспособными либо недееспособными в силу разных обстоятельств (дети, инвалиды, граждане очень пожилого возраста). Помочь им справиться с такой ситуацией может договор ритуального страхования – один из видов страхования жизни, предусматривающий обязанность страховщика по выплате страхового возмещения в случае смерти застрахованного лица.

Суть данного вида страхования заключается в том, что страхователь либо застрахованное лицо в течение определенного периода времени платит взносы в страховую компанию, а после его смерти страховщик организует его похороны на заранее оговоренную сумму.

В зарубежных странах этот вид страхования называется «страхование расходов на ритуальные услуги», и он предлагается населению других государств уже более 100 лет. В нашей стране ритуальное страхование появилось в начале 90-х гг., но до сих пор не получило широкого распространения в силу разных причин:

- российские пенсионеры, не доверяющие финансовым институтам, предпочитают самостоятельно откладывать часть своих доходов, формируя так называемый целевой фонд «гробовые деньги»;

- большинство людей в нашей стране по причине практически полного отсутствия страховой культуры (или же наличия средневекового суеверия) не видят смысла в заключении договоров страхования жизни вообще, а тем более в заключении договора на случай смерти;

- низкий уровень платежеспособности населения, вызываемый периодическими кризисами в политической и экономической жизни страны, не способствует развитию данного сектора страхового рынка;

- инфантильная позиция страховых организаций в части разработок и реализации различных программ страхования жизни не дает возможности потенциальным покупателям данных услуг их приобрести.

В начале 2000-х гг. в данном секторе страхования лидировали страховые компании «Колымская», «ДельЖасо» и «Военно-страховая компания» [2]. В настоящее время услуги по ритуальному страхованию предоставляют:

- ЗАО «Общество страхования жизни «Достоинство» – специализируется на ритуальном страховании с 2009 г., предоставляя широкий перечень страховых услуг по организации достойных похорон своим клиентам;

- ООО «Росгосстрах» – с 2014 г. запустило новую программу страхования ритуальных услуг «МАРС».

Основными преимуществами программ ритуального страхования являются:

- возможность застраховать себя или любого члена семьи в пользу определенных лиц;

- принятие на страхование любых лиц от 35 лет (от 60 лет в «Достоинстве») (отсутствуют ограничения по состоянию здоровья);

- возможность выбора различных вариантов программы по количеству услуг и системе оплаты;

- гарантия целевого использования накопленных средств или выплаты их указанному в договоре лицу;

- информационная поддержка в любое время суток [3].

Договор ритуального страхования можно заключить на страховую сумму от 15 до 300 тыс. руб. и обговорить все детали ритуальных услуг, покрываемых стоимостью договора.

Немаловажным является и тот факт, что в случае смерти застрахованного лица его близким будет оказана профессиональная помощь в оформлении и подготовке необходимых документов, транспортировке тела и других моментах, требующих внимания, времени и сил, как правило отсутствующих у скорбящего человека. Тем самым страховая компания ограждает родных умершего от назойливый и дорогостоящих услуг похоронных посредников, наживающихся на горе и незнании многих нюансов похоронного дела людей.

Таким образом, несмотря на предубеждения и нежелание многих из нас думать и говорить о смерти, мы все знаем, что это неизбежно, и в силах каждого из нас заранее позаботиться о том, чтобы процесс похорон прошел на достойном уровне и не обременял

близких нам людей. И помочь нам в этом может договор ритуального страхования, который позволяет избавить семью от хлопот по оформлению необходимых документов и организации похорон, а также покрыть все финансовые расходы, связанные с этим процессом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сусякова О. Н. Особенности преподавания дисциплины «Страхование» в КФ ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве РФ» // Сб. материалов XV Междунар. НПК «Социальная роль системы страхования в условиях рыночной экономики России». – Казань : Изд-во Казан. ун-та, 2014. – С. 679–683.

2. Официальный сайт ЗАО Медиа-Информационная Группа «Страхование сегодня» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.insur-info.ru>.

3. Официальный сайт ООО «Росгосстрах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rgs.ru>.

Сусякова Оксана Николаевна, канд. экон. наук, доцент, Калужский филиал ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве РФ»: Россия, 248016, г. Калуга, ул. Чижевского, 17.

Тел.: (484-2) 74-54-43

E-mail: finans-11@mail.ru

FUNERAL INSURANCE AS ONE OF THE FORMS OF LIFE INSURANCE

Suslyakova Oksana Nikolaevna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kaluga branch of Financial university of the Government of the Russian Federation. Russia.

Keywords: insurance, life insurance, funeral insurance.

The article examines the advantages of life insurance as the sub-branch of personal insurance aimed at organizing financial support of population in case of certain unfavorable events. It determines the necessity and nature of funeral insurance, which is supposed to protect citizens and members of their families from bearing a significant part of expenses and troubles connected with organizing a proper funeral.

СТОИМОСТНАЯ ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ

Е. С. КУЗНЕЦОВА, И. В. ТАТАРНИКОВА

*ФГБОУ ВПО «Мурманский государственный технический университет»,
г. Мурманск*

Аннотация. Использование стандартных процедур оценки эффективности в государственном и муниципальном управлении наряду с положительными результатами может приводить к нежелательным последствиям. Снизить риск появления нежелательных эффектов можно путем расширения спектра показателей эффективности. Учитывая специфику объекта управления, особое внимание должно быть уделено оценке социальной эффективности, в том числе стоимостной.

Ключевые слова: эффективность управления, оценка эффективности, государственное и муниципальное управление, управление по результатам, социальная эффективность, стоимостная оценка.

Использование термина «оценка эффективности» применительно к системе государственного и муниципального управления в Российской Федерации стало в последние годы вполне привычным. Государственные и муниципальные организации и учреждения являются производителями товаров (работ и услуг) и их деятельность также подлежит оценке с точки зрения основных параметров эффективности. Тем не менее, оценка эффективности в сфере государственного и муниципального управления остается предметом научного обсуждения.

Некоторые исследователи считают, что в случае классической оценки эффективности применительно к государственному и муниципальному управлению сложно учесть в полной мере специфику данной сферы: не всегда возможно оценить эффективность результатов, достигнутых в сотрудничестве со смежными организациями, не все общественно значимые результаты поддаются количественной оценке. Другая группа исследователей придерживается противоположной точки зрения. Они считают, что государственные и муниципальные организации и учреждения должны быть максимально открытыми, их деятельность – прозрачной, а оценка эффективности как раз способствует формированию этих качеств и выстраиванию эффективных коммуникаций с внешней средой.

Если не ставить под сомнение необходимость и целесообразность оценки эффективности в сфере государственного и муниципального управления, нужно констатировать, что привычные критерии бюджетной и финансовой эффективности здесь могут быть недостаточными и особое внимание следует уделять качественной и количественной оценке социальной эффективности.

Оценка эффективности государственного и муниципального управления способна дать ряд неоспоримых преимуществ: этот процесс повышает степень прозрачности деятельности и способствует применению инновационных методов управления; оценка эффективности позволяет решать поставленные задачи с более низким уровнем бюрократичности процессов; управление по результатам повышает качество управленческих решений на всех уровнях управления.

В то же самое время оценка эффективности может приводить и к появлению нежелательных эффектов и последствий.

Оценка эффективности может провоцировать так называемое стратегическое поведение государственных и муниципальных служащих (их деятельность ориентируется только на достижение результатов, на основании которых оценивается их труд и распределяются бюджетные ресурсы, а сами результаты с точки зрения целесообразности могут

не иметь системного эффекта или даже приводить к нежелательным диспропорциям).

Часто классическая оценка эффективности препятствует инновациям (организация, деятельность которой оценивается на предмет эффективности, будет добиваться максимального результата привычными методами, позволяющими минимизировать затраты, что не способствует процессу разработки и внедрения инноваций).

Система оценки эффективности может приводить к маскировке истинных результатов и подмене понятий (заинтересованные в достижении конкретных показателей сотрудники могут имитировать выполнение запланированных результатов, допуская приписки и неточности в формировании отчетности).

Управление по результатам может стать серьезным препятствием на пути к построению эффективного сотрудничества между организациями (организация, добивающаяся высоких результатов по избранным критериям, не заинтересована делиться опытом и технологиями достижения высоких показателей, желая оставить за собой статус лидера).

Система оценки эффективности может дать и эффект наказания за высокие результаты (если организация стабильно достигает намеченных целей, возникает желание повысить плановые показатели при неизменном объеме предоставляемых ресурсов или уменьшить объем предоставляемых ресурсов при неизменных плановых показателях).

Чтобы снизить вероятность возникновения нежелательных последствий, при проектировании систем оценки эффективности в сфере государственного и муниципального управления целесообразно расширить спектр используемых критериев эффективности. Учитывая специфику объекта управления, особое внимание должно быть уделено социальной эффективности. Применяемых в настоящее время социальных стандартов может быть недостаточно, особенно в случаях, когда необходимо создать возможность для сравнения вариантов.

В настоящее время измерение социальной эффективности осуществляется, как правило, при помощи экспертных оценок, то есть носит весьма субъективный характер. На наш взгляд, более рациональным способом решения данной задачи является разработка меха-

низма стоимостного выражения социального и других эффектов.

Основным показателем, используемым для стоимостной оценки социальной эффективности, становится, как правило, интегральный показатель социального эффекта (E_S – social effect), который определяется как произведение коэффициента социальной эффективности (C_{SE}) и коэффициента региональной полезности (C_{RU}).

Расчет коэффициента региональной полезности в Российской Федерации производится следующим образом:

$$C_{RU} = (P_S + P_i + L_p)/3, \quad (1)$$

где P_S – (provision of services) соотношение уровней обеспеченности услугами на душу населения (Российская Федерация по отношению к конкретному субъекту); P_i – (provision of investment) соотношение уровней обеспеченности инвестициями в основные фонды на душу населения (Российская Федерация по отношению к конкретному субъекту); L_p – (price level) соотношение среднегодовых уровней цен на услуги, оказываемые организациями государственной и муниципальной сферы, в расчете на 1 услугу (субъект к Российской Федерации).

Выбор и количество указанных показателей зависят от особенностей анализируемого объекта управления. В результате формируется показатель, демонстрирующий значимость для субъекта Российской Федерации результатов реализации государственных и муниципальных проектов и программ.

Значение интегрального показателя социального эффекта $P_S > 1$ говорит о том, что реализуемые управленческие решения имеют социальную направленность, положительно влияют на качество жизни населения, являются значимыми для субъекта Российской Федерации. Следующим шагом должно стать определение стоимостной оценки социального эффекта от реализации управленческих решений.

При сопоставлении рассчитанной чистой современной стоимости с учетом социальной эффективности с изначальным значением чистой современной стоимости прирост стоимости показывает добавочную полезность для населения и экономики субъекта Российской Федерации. Если провести аналогию с оцен-

кой коммерческих активов, можно считать, что чистая современная стоимость представляет собой чистую стоимость активов бизнеса, а социальный эффект отражает его деловую репутацию.

Отметим, что показатель чистой современной стоимости, скорректированный на социальную эффективность, выражается в стоимостном виде только для того, чтобы обеспечить сравнимость социального эффекта с показателями экономической и финансовой эффективности. При этом он не может быть конвертирован в реальные денежные средства.

Приведенный нами вариант оценки эффективности в сфере государственного и муниципального управления нельзя считать универсальным, но он может служить инструментом оценки эффективности управленческих решений, имеющих социальную направленность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Богданова А. С., Кузнецова Е. С. Оценка эффективности проектов в сфере государ-

ственного и муниципального управления // Вестник МГТУ. – 2012. – № 1. – Т. 15. – С. 195–198.

2. Кузнецова Е. С., Савельева С. Б. Преимущества и ограничения внедрения управления по результатам в систему государственного и муниципального управления // Экономика и предпринимательство. – 2011. – № 4. – С. 49–51.

3. Лиман И. А., Кузнецова Е. С. Принципы проектирования систем оценки эффективности в государственном управлении // Вестник Тюменского государственного университета. – 2013. – № 11. – С. 40–46.

Кузнецова Елена Сергеевна, канд. экон. наук, доцент кафедры «Управление социально-экономическими системами», ФГБОУ ВПО «Мурманский государственный технический университет»: Россия, 183010, г. Мурманск, ул. Спортивная, 13.

Татарникова Ирина Валерьевна, канд. экон. наук, доцент кафедры «Управление социально-экономическими системами», ФГБОУ ВПО «Мурманский государственный технический университет»: Россия, 183010, г. Мурманск, ул. Спортивная, 13.

Тел.: (921) 709-01-47

E-mail: es-kuznetsova@yandex.ru

COST ASSESSMENT OF SOCIAL EFFECTIVENESS IN STATE AND MUNICIPAL MANAGEMENT

Kuznetsova Elena Sergeevna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof. of “Management of social-economic systems” department, Murmansk State technical university. Russia.

Tatarnikova Irina Valerievna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof. of “Management of social-economic systems” department, Murmansk State technical university. Russia.

Keywords: management effectiveness, assessment of effectiveness, state and municipal management, management according to results, social effectiveness, cost assessment.

The usage of standard effectiveness assessment procedures in state and municipal management can lead not only to beneficial results, but also to undesirable consequences. It is possible to lower the risk of the appearance of undesirable effects by expanding the range of effectiveness indicators. Considering the specificity of management object, special attention should be paid to the assessment of social effectiveness, including the cost one.

ВЫБОР МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ ДЛЯ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ С ЦЕЛЬЮ ВЫХОДА НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

С. Г. АБАСОВА

Институт экономики НАН Азербайджана,

г. Баку, Азербайджанская Республика

Аннотация. Стратегии маркетинга взаимосвязаны с производственными и предпринимательскими структурами, которые разрабатывают инновационные продукты. Инновационные преобразования азербайджанских промышленных предприятий постепенно способствуют выходу научно-технической продукции на внешний рынок. Выход наукоемких продукции и услуг на внешний рынок, в свою очередь, требует учета специфики маркетинговых стратегий и активного их внедрения.

Ключевые слова: инновационные преобразования в Азербайджане, маркетинговые стратегии, стратегия стратификации, стратегия диверсификации, стратегия дифференциации, выбор стратегии для выхода на внешний рынок.

Выход на внешний рынок сбыта происходит через механизмы и сегменты рынка. В этом случае ученые-экономисты, маркетологи обращаются к различным стратегиям продвижения и привлечения услуг и продукций. Автор условно разделяет эти стратегии на 4 вида, которые можно рассмотреть с помощью SWOT-анализа.

Стратегия стратификации (соответствует квадранту сильных сторон SWOT-анализа) требует больших финансовых затрат, которые необходимы радикальным и базисным инновациям, не имеющим аналогов в мире. Производители-монополисты тратят большие деньги на широкомасштабные маркетинговые исследования и на рекламную кампанию. Например, в США государство стимулирует средние предпринимательские структуры, которые внедряют в производство новейшие разработки и распространяют абсолютно новые научно-технические продукцию и услуги на новых рынках сбыта (эксплоренты, венчурные компании) [3].

Стратегия диверсификации (соответствует квадранту слабых сторон SWOT-анализа) зиждется на изучении рынка с целью прорывного вхождения новых товаров на старые рынки. Производители-

монополисты (виоленты – «львы»), средние инновационно-предпринимательские структуры (пациенты и коммутанты) работают над улучшением дизайна, технико-экономических свойств товаров [3]. Они ведут поиск новых потребителей, проводят рекламные кампании на региональном, федеральном и местном уровнях.

Стратегия дифференциации (соответствует квадранту возможностей SWO-анализа) изучает новые рынки для традиционных товаров на основе комбинированных инноваций. Эта стратегия обращается к обычной, испытанной рекламе, но охватывает широкий ареал [1].

Стратегия элиминации (соответствует квадранту угроз SWOT-анализа) предопределяет те товары, которые постепенно теряют старые рынки в силу уменьшения потребительского спроса и выбывания потребительских групп в возрасте 70 лет и выше.

Как известно, стратегии маркетинга взаимосвязаны со стратегическими вариантами расширения рынка сбыта, которые в свою очередь имеют несколько вариантов:

1) проникновение новой продукции на старые рынки (использование стратегий диверсификации и дифференциации предпринимательскими структурами «пациентов», «коммутантов» и «виолентов-бегемотов»);

2) введение на старый рынок новой научно-технической продукции (эту стратегию дифференциации предпочитают «пациенты» и «коммутанты»);

3) введение на новый рынок устойчивой научно-технической продукции (процесс охватывания все более широких групп потребителей – стратегия продвижения продуктов и услуг – этим в основном занимаются «виоленты-слоны» и «виоленты-бегемоты»);

4) проникновение устойчивой продукции на новый рынок (постепенное усвоение возможностей рынка посредством использования стратегии дифференциации с позиций «виолентов-слонов»);

5) проникновение новой продукции на новый рынок (процесс выявления новых рынков сбыта (стратегия стратификации) и укрепления на нем – чаще всего это занимает «эксплерентов» и «виолентов-львов») [1; 2, с. 133–140; 3].

Как известно, стратегия изучения динамики рынка, анализа конкурентов, ресурсов, уменьшения издержек производства, использования возможных заменителей деталей и узлов продукции, а также самой продукции, выбор альтернатив одной из стратегий («лидерство» по издержкам, дифференциация, ниша рынка) являются элементами исследования рынка продукции [1].

Резюмируя вышеизложенное, можно утверждать, что стратегический маркетинг новой продукции или услуги способствует выбору стратегий сегментации и диверсификации, которые, в свою очередь, способствуют росту числа товаров, предлагаемых одной фирмой на рынках сбыта, иногда и под одной маркой [2, с. 443–446].

Необходимо учитывать то обстоятельство, что стратегия интеграционного роста – эта стратегия согласования интересов иерархии различных структур (вертикальных и горизонтальных), а также интересов посредников. Например, при изменении конструкторских особенностей меняется технологическая линия, обновляется ассортимент выпускаемой продукции. В этом случае, предприятие, производящее новый продукт осваивает новые сферы деятельности, не связанные с ее традиционным профилем ни в технологическом, ни в продуктовом плане. Создается новая цепочка взаимоотношений:

новый продукт – новая технология – старый рынок. При этом маркетологами предприятия осваиваются стратегии дифференциации и диверсификации [1].

Стратегия наукоемких отраслей промышленности Азербайджана должна опираться на различные стратегические альтернативы по продуктам, ценам, коммуникациям и распределению [1].

В связи с вышесказанным необходимо точно оценить инновационные возможности азербайджанских предприятий с точки зрения их ориентации на поддержку старых рынков сбыта и на маркетинг завоевания новых рынков. Таблица 1 раскрывает инновационные возможности азербайджанских предприятий различных отраслей экономики.

В 2000-х годах приоритетным инновационным направлением было выбрано развитие нефтедобывающей отрасли. В 1995–2003 гг. нефтедобывающая отрасль Азербайджана создала задел, на основе которого инновационными приоритетными направлениями стали формирование ИКТ-сектора и создание искусственного спутника Азербайджана. В свою очередь эти стратегические блоки развили следующий блок, тесно связанный с инновационными преобразованиями, – блок повышение уровня научно-технического потенциала Азербайджана.

Таким образом, трудовые, ресурсные, финансовые ограничения, рыночная конкуренция, внутренние и внешние угрозы заставляют развивать одно или несколько направлений инновационного развития и ориентироваться в большей части на собственные ресурсы.

Одним из стратегических подходов должна быть своеобразная система «гибкого управления» инновационным развитием в сфере применения новых видов услуг и создания новых видов и методов организации выпуска научно-технической продукции, нахождения и развития рынков и рыночных отношений, эксплуатации новых источников сырья и ресурсов и реорганизации методов деятельности, то есть во всех типах инновационного развития наукоемкого промышленного производства [1].

К тому же республиканские наукоемкие предприятия уступают конкурентам по некоторым параметрам, среди которых можно назвать:

Таблица 1 – Инновационные возможности азербайджанских предприятий различных отраслей национальной экономики

Признаки	Улучшающие (поддерживающие) инновации с поддержкой старых рынков сбыта	Радикальные «подрывные» инновации с выходом на новые рынки
Нефтедобывающая отрасль	Различные модификации фонтанной арматуры, различные инструменты	Биотехнология добычи и очистки нефти с помощью молекул, расщепление его на нефтепродукты
Нефтяное машиностроение	Геолого-разведочное буровое оборудование, глубинные турбобуры	Оборудование для морских разработок нефти
Приборостроение	Выпуск бытовых приборов – мясорубок, соковыжималок, овощерезок; производство деталей и сборка телевизоров «Мах» «Star»; производство и сборка персональных компьютеров.	Прибор «Электронный нос» для эффективной работы таможенных служб; прибор, предупреждающий о землетрясении за несколько часов
Производство транспортных средств	Сборка плавающих средств; производство комплектующих и сборка легковых автомобилей	Спецавтомобили «Гюрза»
Фармацевтика и косметика	производство и обработка шафрана и других лекарственных растений	Косметические и лекарственные средства из орехового масла, сушеные инжирные листья
Информационные технологии	Разработка программы для поддержки системы GPS, азербайджанского языка в мобильных телефонах; разработка электронных служб e-government, e-education, e-trade и т. д.	Использование возможностей искусственного космического спутника Азербайджана

Примечание: разработано автором [1, 4, 5].

- 1) высокие цены на выпускаемую продукцию;
- 2) высокий уровень затрат на инновации;
- 3) низкий уровень результативности труда персонала;
- 4) устаревший ассортимент выпускаемой продукции;
- 5) непривлекательный дизайн.

Предлагаемый автором процесс маркетинга и освоения различных сегментов рынка способствует расширению ассортимента выпускаемой продукции и предлагаемых услуг. Улучшающие и радикальные инновации предполагают учет внешних и внутренних воздействий, создание рациональной системы организации ресурсосбережения и функционального обеспечения, а также успешный мониторинг.

Цели и стратегии в отношении наукоемкой продукции должны постоянно видоизменяться: процесс диверсификации тесно связан со стратегией инноваций и стратегией улучшения; стратегия улучшения взаимосвязана со стратегией элиминации, стратегия дифференциации является про-

должением стратегии инновации и улучшения. По нашему мнению, взаимосвязь цикла инноваций и их рыночной апробации по японскому образцу (разрабатывают новые идеи, производят несколько опытных образцов и внедряют в массовое производство нововведения после принятия их потребителями) очень результативна.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абасова С. Г. Госрегулирование инновационных процессов в промышленности Азербайджана. – Мюнхен : LAP – Lambert Academic Publishing, 2013. – 177 с.
2. Баранчев В. П. Управление инновациями. – М. : Юрайт, 2011, 711 с.
3. Юданов А. Ю. Конкуренция. Теория и практика. – М. : ГНОМ и Д, 2001. – 304 с.
4. Социально-экономическое развитие регионов (2009–2013). – Баку : Госкомстат Азербайджана, 2010. – 435 с.
5. Социально-экономическое развитие. Январь-декабрь, 2013. – Баку : Госкомстат Азербайджана, 2010. – № 12. – 167 с.

*Абасова Самира Гусейн кызы, канд. экон. наук,
доцент, вед. науч. сотрудник, ФГБУН «Институт
экономики» НАН Азербайджана: Азербайджанская
Республика, AZ1143, г. Баку, просп. Г. Джавида, 31.*

*Тел.: (994-12) 492-28-88
E-mail: abasovasamira@rambler.ru*

SELECTION OF MARKETING STRATEGIES FOR THE INTRODUCTION OF INNOVATIVE TRANSFORMATIONS IN AZERBAIJAN WITH A VIEW TO ENTER THE FOREIGN MARKET

*Abasova Samira Guseyn kyzy, Cand. of Econ. Sci.,
Ass. Prof., leading researcher, Institute of economy of the
NASc of Azerbaijan. The Republic of Azerbaijan.*

Keywords: *innovative transformations in Azerbaijan,
marketing strategies, stratification strategy, diversification
strategy, differentiation strategy, selection of strategy for en-
tering the foreign market.*

*Marketing strategies are interconnected with pro-
duction and business structures that develop innovative
products. Innovative transformations of Azerbaijan in-
dustrial enterprises gradually contribute to the process
of research-technical products entering the foreign mar-
ket. The entrance of knowledge-intensive products and
services into the foreign market, in its turn, requires con-
sidering and studying the specificity of marketing strate-
gies and their active introduction.*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ

А. А. АХМЕТГАРЕЕВА

ГАОУ ВПО «Набережночелнинский государственный торгово-технологический институт»,
г. Набережные Челны, Республика Татарстан

Аннотация. В статье рассмотрены современные тенденции развития сферы торговли в России. Автором исследована динамика объема оборота розничной торговли, а также индексы роста отраслей экономики в 2014 году по отношению к 2013 году.

Ключевые слова: розничная торговля, оборот розничной торговли, динамика основных показателей торговли.

Динамичное развитие сферы розничной торговли в нашей стране является характерной чертой последних десятилетий. С каждым годом наблюдается увеличение количества розничных торговых предприятий как по всей России, так и по всем странам мира в целом.

В 2013 г. объем оборота розничной торговли в России составил в текущих ценах 23 685,9 млрд рублей. Рост в сопоставимых ценах по отношению к 2012 г. составил 103,9%.

По сравнению с 2012 г. (6,3%) и 2011 г. (7,9%) это – существенное снижение. Эксперты, выступавшие на форуме «Retailer Russia Top-200», состоявшемся в начале июня 2014 г., отмечали, что такое резкое замедление роста отрасли стало неожиданным для аналитиков, ориентировавшихся в своих прогнозах на более плавный процесс, ожидая, что темпы прироста окажутся на уровне 5%. В первом квартале 2014 г. рост составил немногим меньше – 103,8%. Это соответствует уровню аналогичного периода 2013 г. (104,0%), но при этом показывает существенное снижение по сравнению с 2012 г. (в I квартале 2012 г. рост по отношению к I кварталу 2011 г. составил 107,1%). Таким образом, более низкие темпы роста оборотов по сравнению с предыдущими, более благоприятными периодами сохраняются, но при этом их уровень пока стабилизировался.

При этом розничная торговля, как и в другие годы, показывает более высокие темпы роста, чем другие сектора экономики, такие как платные услуги населению, промышлен-

ность, сельское хозяйство, транспорт, связь, которые практически стагнируют (табл. 1) [1].

Таблица 1 – Индексы роста отраслей экономики в январе-апреле 2014 г. по отношению к январю-апрелю 2013 г.

Отрасль	%
Промышленность	101,4
Сельское хозяйство	101,3
Транспорт	101,1
Связь	101,8
Розничная торговля	103,3
Платные услуги населению	100,9

Опережающие тенденции развития розничной торговли по отношению к другим секторам экономики отмечались и раньше.

Оборот розничной торговли в июле 2014 г. был равен 2 163,6 млрд руб., что в сопоставимых ценах представляет 101,1% к соответствующему периоду предыдущего года, в первое полугодие 2014 года – 14 096,6 млрд рублей и 102,4% (табл. 2).

Таблица 2 – Динамика оборота розничной торговли

		%	
		к соответствующему периоду предыдущего года	к предыдущему периоду
2013 г.			
Январь	1 710,7	104,5	73,7
Февраль	1 690,3	103,1	98,2
Март	1 840,3	104,5	108,4

		%	
		к соответствующему периоду предыдущего года	к предыдущему периоду
I квартал	5 241,3	104,0	84,0
Апрель	1 850,3	104,3	100,0
Май	1 902,3	103,4	102,3
Июнь	1 940,2	103,8	101,7
II квартал	5 692,8	103,8	107,1
I полугодие	10 934,1	103,9	
Июль	1 991,2	104,5	102,5
Январь-Июль	12 925,3	104,0	
Август	2 041,1	104,2	102,5
Сентябрь	2 019,7	103,2	98,6
III квартал	6 052,0	104,0	105,8
Январь-сентябрь	16 986,1	103,9	
Октябрь	2 083,1	103,3	102,3
Ноябрь	2 099,5	104,1	100,1

		%	
		к соответствующему периоду предыдущего года	к предыдущему периоду
Декабрь	2 517,2	103,5	119,4
IV квартал	6 699,8	103,6	108,9
Год	23 685,9	103,0	
2014 г.			
Январь	1 851,8	102,7	73,1
Февраль	1 853,3	104,0	99,4
Март	2 033,7	104,1	108,5
I квартал	5 738,8	103,6	84,0
Апрель	2 024,7	102,7	98,7
Май	2 075,0	102,1	101,7
Июнь	2 094,5	100,7	100,4
II квартал	6 194,2	101,8	105,2
I полугодие	11 933,0	102,7	
Июль	2 163,6	101,1	102,9
Январь-Июль	14 096,6	102,4	

На рисунке 1 представлена динамика оборота розничной торговли в 2012–2014 годах в процентах к среднемесячному значению 2011 года.

В первом полугодии 2014 года оборот розничной торговли на 91,8% был сформирован торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка; доля розничных рын-

ков и ярмарок составила 8,2% (в июле 2013 г. – 91,0% и 9,0% соответственно) (табл. 3).

На 1 июля 2014 г. на территории Российской Федерации функционировало 1508 розничных рынков. По сравнению с 1 апреля 2014 г. закрылись или были преобразованы в ярмарки, торговые центры, нестационарные торговые объекты 12 рынков, по сравнению с аналогичной датой 2013 г. – 253 рынка.

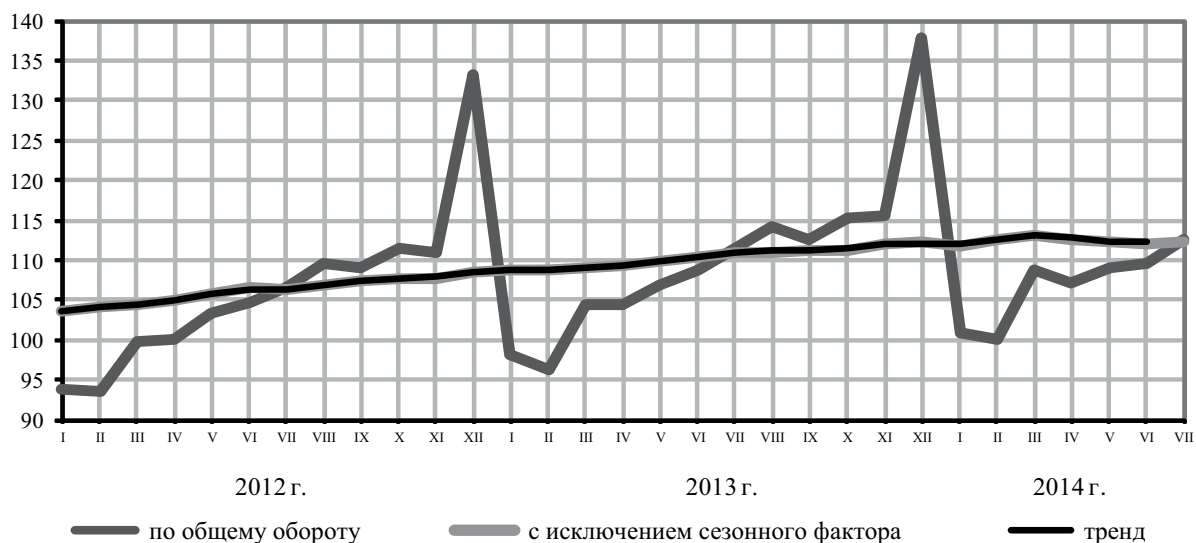


Рисунок 1. Динамика оборота розничной торговли, % к среднемесячному значению 2011 г.*

* Оценки данных с исключением сезонного и календарного факторов осуществлены с использованием программы «DEMETRA 2.2». При поступлении новых данных статистических наблюдений динамика может быть уточнена.

Таблица 3 – Оборот розничной торговли ритейлеров и продажа товаров на розничных рынках и ярмарках

	Июль 2014 г., млрд руб	%		Январь-июль 2014 г., % к январю-июлю	Справочно		
		к июлю 2013 г.	к июню 2014 г.		Июль 2013 г., %		Январь-июль 2013 г., % к январю-июлю 2012 г.
					к июлю 2012 г.	к июню 2013 г.	
Всего	2 163,6	101,1	102,9	102,4	104,5	102,5	104,0
В том числе: оборот розничной торговли торгующих организаций	1 958,6	102,0	103,0	103,5	106,1	102,7	105,4
продажа товаров на розничных рынках и ярмарках	178,0	92,2	101,6	91,8	90,6	100,6	92,6

Таблица 4 – Количество рынков и торговых мест

	2013 г.				2014 г.		
	на 1 января	на 1 апреля	на 1 июля	на 1 октября	на 1 января	на 1 апреля	на 1 июля
Число рынков, единиц	2 162	1 825	1 761	1 715	1 589	1 520	1 508
В них торговых мест, тыс.	625,0	488,6	471,1	456,9	423,8	405,5	403,5

Таблица 5 – Отношение розничных рынков по типам, % к общему количеству торговых мест

	2013 г.				2014 г.		
	на 1 января	на 1 апреля	на 1 июля	на 1 октября	на 1 января	на 1 апреля	на 1 июля
Рынки	100	100	100	100	100	100	100
В том числе: универсальные рынки	67,3	62,5	61,2	60,3	57,9	57,8	56,8
специализированные рынки по продаже продуктов питания	3,7	4,3	4,3	4,3	4,6	4,3	4,2
специализированные вещевые рынки	8,2	7,7	7,7	7,3	7,4	7,2	7,4
специализированные рынки по продаже радио- и электробытовой техники	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
специализированные рынки по продаже строительных материалов	2,1	1,7	1,8	1,7	1,7	1,8	1,8
сельскохозяйственные рынки	13,9	19,9	21,1	22,1	24,1	24,6	25,4
сельскохозяйственные рынки	1,1	1,0	1,0	1,2	1,4	1,5	1,6
специализированные прочие рынки	3,6	2,8	2,8	3,0	2,8	2,7	2,7

Количество торговых мест на рынках на 1 июля 2014 г. составило 403,5 тысячи (см. табл. 4). По сравнению с 1 апреля 2014 г. их число сократилось на 2,0 тысячи, или на 0,5%, по сравнению с аналогичной датой 2013 г. – на 67,6 тысяч, или 14,3%.

Распределение розничных рынков по типам изменилось за II квартал 2014 года в сторону увеличения доли сельскохозяйственных рынков, сельскохозяйственных кооперативных рынков, а также специализированных вещевых рынков, при сокращении доли универ-

сальных рынков, специализированных рынков по продаже продуктов питания (см. табл. 5).

Уровень фактического использования торговых мест на рынках на 1 июля 2014 г. в среднем по Российской Федерации составил 71,2%, что выше, чем на 1 апреля 2014 г. и ниже на аналогичную дату 2013 года.

Одним из перспективных направлений развития торговли в 2014 году является интернет-торговля, по сравнению с 2013 годом рост торговли через интернет составил 34%. К 2016 году планируется оборот товарной розничной торговли в рунете в размере 1 триллиона рублей [2]. Предполагается, что в ближайшие годы сфера розничной торговли продовольственными товарами будет оставаться одной из самых динамично развивающихся отраслей российской экономики. По мере развития розничная торговля будет приближаться к более прогрессивным европейским рынкам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Росстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.
2. Розничная торговля России: скромные перспективы 2014. Аналитический обзор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ra-national.ru>.

Ахметгареева Айсылу Амирзяновна, канд. экон. наук, ст. преподаватель, ГАОУ ВПО «Набережночелнинский государственный торгово-технологический институт»: Россия, 423812, Республика Татарстан, г. Набережные Челны, Московский просп., 95.

Тел.: (855) 258-70-79

E-mail: ahmetice@mail.ru

TENDENCIES OF TRADE SPHERE DEVELOPMENT

Akhmetgareeva Aisylu Amirzyanovna, Cand. of Econ. Sci., senior lecturer, Naberezhnye Chelny State trade-technological institute. Russia.

Keywords: retail trade, retail trade turnover, dynamics of the main trade indices.

The article examines the current trends of trade sphere development in Russia. The author studies the dynamics of the volume of retail turnover, as well as the indices of the growth of economy branches in 2014 in comparison with 2013.

АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМИ РЕСУРСАМИ

Д. И. ВАЛИГУРСКИЙ, В. И. ХАРЛАМОВ

АНОО ВПО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»,
г. Мытищи, Московская обл.

Аннотация. В статье приводятся результаты анализа исследования методов управления товарными ресурсами и повышения эффективности их использования в условиях конкурентного рынка.

Ключевые слова: управление, товарные ресурсы, детерминированная модель, оптимизация, сервисные нормативы, эффективность управления, деловая активность, экспертные системы.

Управление товарными ресурсами – это сложная сфера деятельности, так как зависит от множества различных факторов и само в свою очередь влияет на другие функции предприятия. Процесс управления ресурсами обеспечивает совместимость операции с ресурсами внутри фирмы и вне ее на всем протяжении стоимостной цепочки, в которую она включена. В стратегии управления ресурсами на конкретном предприятии должны быть четко определены управленческие процедуры (рис. 1) и критерии деятельности (рис. 2) [1].

Необходимо регулярно следить за тем, чтобы система управления ресурсами в каж-

дой конкретной ситуации отвечала намеченным целям. Например, при увеличении спроса на какой-либо продукт система контроля должна это выявить, так как в этом случае необходимо перейти от реактивных к плановым методам управления ресурсами [2]. В таблице 1 представлены основные модели управления ресурсами, которые в настоящее время пользуются успехом у многих компаний и продолжают играть важную роль в управлении ресурсами. Чаше всего на практике используют базовые модели управления ресурсами, которые называют моделями выбора оптимального размера запаса [3].



Рисунок 1. Управленческие процедуры стратегии управления ресурсами



Рисунок 2. Критерии деятельности стратегии управления ресурсами

Таблица 1 – Основные модели управления запасами

№ модели	Название модели
1	Детерминированная модель управления запасами с постоянными ценами без дефицитов
2	Детерминированная модель управления запасами с оптовыми скидками
3	Детерминированная модель управления запасами с дефицитом
4	Оптимизационная модель фиксированной доукомплектации запасов с учетом неопределенности доставки
5	Модель определения оптимального размера заказа при наличии оптовых скидок и неопределенности спроса
6	Модель управления запасами с неопределенным спросом и неопределенным периодом ожидания заказа
7	Модель оценки эффективности синхронизации заказов

При построении модели № 1 предполагается, что дефицита ресурсов не допускается и закупочная цена продукта у поставщика постоянна. Если же вводятся дополнительные условия, например наличие оптовых скидок, то данная модель не сможет реально оценить ситуацию. Необходимо использовать вторую модель управления ресурсами с учетом оптовых скидок. В этом случае базовые модели модифицируются с учетом своего значения функции закупочной цены. После решения этих моделей выбирается наименьшая оптимальная цена. На практике не всегда имеется возможность определить размер потребности и время реализации, то есть возникает вероятность появления дефицита – отсутствие товара на складе при наличии спроса на него. В этом случае фирма может использовать модель № 3, после построения которой фирма может определить оптимальные значения размера ресурсов, количества задолженности годового расхода и проверить чувствительность этих величин к цене дефицита. Модель № 4 позволяет оптимизировать процесс пополнения ресурсов, когда спрос не определен.

Исходя из условий поставленной задачи, определяются входные данные формируемой модели, которая служит ограничениями или параметрами различного вида целевых функций в зависимости от типа и уровня сложности моделируемой задачи. Сравнивая результаты имитационного моделирования, фирма определяет стратегию деятельности, которая минимизирует затраты по управлению ресурсами. Модель № 5 позволяет произвести подсчет прибыли при заказе любого количества и при любом возникшем спросе. В результате сравнения ожидаемых прибылей фирма выбирает наи-

более разумный подход к выбору количества заказа в условиях неопределенного спроса. Проблема неопределенности может возникнуть не только в связи с непредсказуемым потребительским спросом, но и при неопределенном периоде ожидания между размещением и получением заказа. В модели № 6 реализована вероятностная аналитическая модель для разрешения этой проблемы. Эта модель позволяет подсчитать ожидаемые издержки, а затем выбрать оптимальную стратегию управления ресурсами, когда спрос и время ожидания заказа сложно предугадать. Оценку эффективности синхронизации заказов позволяет осуществить модель № 7. Она позволяет рассчитать оптимальные общие издержки при использовании объединенных заказов и значительно упростить процесс контроля по управлению ресурсами. Как показывает практика, эффективность управления ресурсами во многом предопределяет прибыльность деловой активности предприятия в целом. Для того чтобы добиться высоких результатов в использовании ресурсов, менеджеры должны уметь принимать оптимальные и своевременные решения о том, когда и сколько заказывать. Помочь менеджерам по управлению ресурсами в определении размера и сроков размещения заказов могут экспертные системы, которые позволяют оценить и не упустить из виду ни один из требующих учета факторов [4]. Работа таких систем строится на использовании компьютеризированной базы знаний для обмена накопленной информацией по управлению ресурсами. Экспертные системы помогают выбрать периодичность контроля, логику управления ресурсами и стратегию по каждой группе продуктов или рынков. Как отмечают многие авторы, дальнейшему

совершенствованию методов управления ресурсами могут способствовать следующие меры [2, 4–6]:

- выработка и периодическое обновление политики управления ресурсами;
- интеграция потоков информации;
- применение экспертных систем.

Это дает возможность значительно повысить производительность и эффективность использования ресурсов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бауэрсокс Д. Дж., Клосс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок. – М. : Олимп-Бизнес, 2008.
2. Барлиани А. Г., Барлиани И. Я. Логистика : учеб. пособие в 2 ч. – Ч. 2. – Новосибирск : СГГА, 2013.
3. Количественные методы анализа в маркетинге / под ред. Т. П. Данько, И. И. Скоробогатых. – СПб. : Питер, 2005.
4. Барлиани А. Г., Вдовин С. А. Комбинированный прогноз в логистике для сибирского региона // ГЕО-Сибирь-2009. V Междунар.

науч. конгр. : сб. материалов : в 6 т. – Новосибирск : СГГА; 2009. – Т. 3. – Ч. 1. – С. 92–93.

5. Стерлигова А. Н. Управление запасами в цепях поставок : учебник. – М. : ИНФРА-М, 2008.
6. Логистика: тренинг и практикум : учеб. пособие / Б. А. Аникин, В. М. Вайн, В. В. Водянова [и др.] ; под. ред. Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной. – М. : Проспект, 2007.

Валигурский Дмитрий Иванович, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой «Коммерция и технология торговли», АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. В. Волошиной, 12/30.

Харламов Владимир Иванович, канд. экон. наук, докторант кафедры «Коммерция и технология торговли», АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. В. Волошиной, 12/30.

Тел.: (495) 640-57-11

E-mail: dvaligurskiy@rucoop.ru

ANALYSIS OF THE MODELS OF INCREASING THE EFFICIENCY OF COMMODITY RESOURCES MANAGEMENT

Valigursky Dmitriy Ivanovich, Dr. of Econ. Sci., Prof., head of “Commerce and technology of trade” department, “Russian university of cooperation” of Tsentrsoyuz of the Russian Federation. Russia.

Kharlamov Vladimir Ivanovich, Cand. of Econ. Sci., doctoral student of “Commerce and technology of trade” department, “Russian university of cooperation” of Tsentrsoyuz of the Russian Federation. Russia.

Keywords: management, commodity resources, deterministic model, optimization, service norms, efficiency of management, business activity, expert systems.

The work presents the results of studying the methods of managing commodity resources and increasing the efficiency of their usage in competitive market conditions.

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

*Т. С. АФАНАСЬЕВА, Н. В. МАНОВА**

ФГБОУ ВПО «Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого»,

**Новгородский филиал АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации*

«Российский университет кооперации»,

г. Великий Новгород

Аннотация. Использование инноваций значительно облегчает работу маркетолога. В данной работе на примере интернет-магазина подробно рассмотрено проведение современных маркетинговых акций и автоматизация обработки и анализа результатов анкетирования. Предложена автоматизация опроса, с помощью которой можно проводить всевозможные опросы и анализировать полученные данные. Она значительно упрощает организацию проведения маркетинговых исследований рынка.

Ключевые слова: малое предприятие, интернет-магазин, маркетинговые исследования, инновационные технологии, автоматизация опроса.

Для выработки лучшей маркетинговой стратегии необходимо построить концептуальную модель воздействия с помощью имеющихся средств на мотивы, интересы, потребности и поведение потребителя посредством донесения ему информации о потребительской ценности услуги с учетом перспективы продажи на рынке. Инновационный путь развития предприятий предполагает использование инновационных методов проведения маркетинговых методов. Использование инноваций значительно облегчает работу маркетолога, существенно уменьшает число исследуемых данных, выявляет скрытые закономерности, дает возможность визуального анализа. В настоящее время наиболее актуальным является использование информационных технологий в маркетинге. В данной работе на примере интернет-магазина подробно рассмотрено проведение современных маркетинговых акций с последующей обработкой и анализом полученных результатов с помощью инновационных технологий.

Интернет-магазины являются в основном микропредприятиями, то есть представителями малого бизнеса. После того как было решено создать интернет-магазин, первое что необходимо – это придумать доменное имя и подать заявку на его регистрацию. Также нуж-

но получить скрипт интернет-магазина, выставить фотографии товаров. Выбрать дизайн, определить методы и организацию оплаты, доставки, обработку заказов и запросов от покупателей.

Также требуется выяснить вопросы налогообложения для интернет-магазина. И лишь когда все требования будут выполнены и магазин начнет работать, можно приступать к маркетинговым мероприятиям.

Для определения и решения проблем со сбытом предприятие проводит маркетинговые акции, то есть набор средств взаимодействия на покупателей для достижения желаемых ответных реакций. В посреднических микропредприятиях в основном проводятся такие акции, как consumer promotion (раздача листовок, выдача призов за покупку), событийный маркетинг (проведение праздников, общегородских мероприятий), а также директ-маркетинг.

В случае проведения акций consumer promotion проводится информирование покупателей о товаре, его свойствах и достоинствах путем создания информационных сайтов в Интернете, раздачи специальных прокламаций с соответствующими сведениями о характеристиках имеющихся товаров. Также производится выдача бонусных при-

зов за покупку товаров. Как показали исследования, сами призы могут очень сильно влиять на ответный отклик: если за одни призы покупатели готовы приобретать товары, то за другие продажа товаров не увеличивается. Приходится или менять призы или изменять условия выдачи.

Если проводятся такие маркетинговых акции, как событийный маркетинг, то ко всем праздникам постоянным покупателям выдаются призы. Среди покупателей проводятся различные конкурсы, викторины. Приведем пример маркетинговой акции к Пасхе – «Яйцо Карла Фаберже». Покупателю выдаются деревянная заготовка в виде яйца и краски, затем предлагается вместе с ребенком самим расписать его.

Ввиду специфики магазина (детские игрушки) основными покупателями являются молодые женщины (93%), из них 9% имеют двух и более детей, поэтому данный интернет-магазин является своего рода клубом, где они реализуют свою возможность общения и возможность покупки товара с доставкой, не выходя из дома. Также особую важность имеет благотворительность. Время от времени сотрудники интернет-магазина отправляют игрушки в детские дома, больницы. Фотографии и документы выставляются на сайте, некоторые покупательницы желают участвовать в этих маркетинговых акциях и выезжают вместе с сотрудниками на мероприятие.

Маркетинговые акции могут быть постоянно действующими, проводиться циклически. В любом случае требуется своевременно проводить соответствующие опросы, анкетирование клиентов и анализ полученных результатов. После чего совершать контролирующие и корректирующие мероприятия, изменять маркетинговую стратегию предприятия.

Существует множество различных методов сбора маркетинговой информации, среди которых анкетирование является одним из основных. Обычно анкета состоит из специально подобранных вопросов, на которые анкетиремый должен дать ответ. Вопросы можно задавать множеством разнообразных способов, заметим, что особое значение имеет порядок вопросов. Если анкета составлена правильно и продуманно, то это дает возможность грамотно провести анализ, помогает ответить респонденту. При составлении анкет и обработки полученных результатов желатель-

но придерживаться следующих рекомендаций: провести первоначальное тестирование (проанализировать и улучшить, добавляя, исключая или меняя некоторые вопросы); провести классификацию полученных ответов; проанализировать, отбросить те, которые являются неверными. Затем проводится обработка результатов и представление их в наглядной форме, после чего тем или иным способом производится анализ результатов и экономическая интерпретация.

Для организации процесса сбора и обработки данных в маркетинговом исследовании рынка нами предлагается автоматизация опроса. Для чего была использована программа [1], с помощью которой можно проводить всевозможные опросы и анализировать полученные данные. После небольшой модификации (изменение формулировок задаваемых вопросов) предложенная программа позволяет проводить автоматизацию обработки результатов опроса, что значительно упрощает организацию процесса сбора и обработки данных в маркетинговом исследовании рынка.

Для улучшения работы интернет-магазина, выбора лучшего инструмента управления и совершенствования его системы, повышения конкурентоспособности, обнаружения имеющихся проблем в работе предприятия была разработана анкета и проведено в течение трех лет тестирование клиентов. По предложенной программе регулярно обрабатывались результаты тестирования покупателей, что позволило создать маркетинговую базу данных предприятия и выработать гибкую, мгновенно реагирующую на все изменения рынка, оптимальную стратегию своего дальнейшего развития.

Анализ результатов анкетирования показал, что наиболее активными являются женщины – 93%, в возрасте от 24 до 45 лет – 86%. Из них в возрасте от 30 до 35 лет – 42%. На долю мужчин приходится всего 7%, причем наибольшую активность они проявляют в возрасте от 35 до 45 лет – 2%. Постоянными покупателями являются 49% всех лиц. Приведем результаты анкетирования – ответы на вопрос о возрасте детей, для которых покупались игрушки (табл. 1). Анализ позволил отобрать наиболее подходящий ассортимент товаров, их количество, обратить внимание на новые перспективные товары и предложить их клиентам.

Таблица 1 – Данные о возрасте детей

Возраст	0–1 месяц	До 1 года	1–2 года	2–3 года	3–4 года	4–5 лет	5–6 лет	6–7 лет	7–11 лет	11–17 лет
Количество детей (%)	2,21	12,44	31,53	25,69	11,24	6,42	4,61	4,61	3,05	2,81

Хочется отметить, что хотя интернет-магазин небольшой и работает всего три года, заказы поступали из многих стран и городов (табл. 2). Обслуживание проводилось на русском и английском языках.

Таблица 2 – Страны и города, откуда производились заказы

Страна	Кол-во заказов (%)	Город РФ	Кол-во заказов (%)
Россия	90,83	Санкт-Петербург	84,64
Украина	4,40	Москва	2,54
США	1,30	Петрозаводск	0,35
Беларусь	0,82	В, Новгород	0,25
Германия	0,56	Уфа	0,23
Другие	2,08	Другие	11,99

Среди всех предприятий микропредприятия являются самым многочисленным классом. Они в основном представляют семейный бизнес. Для того чтобы предприятие могло достичь качественного превосходства над конкурентами, оперативно реагировало на все изменения рынка, необходимо маркетинговое управление стратегией поведения фирмы.

Инновационные технологии приобретают все большее значение, и возрастает острая необходимость их использования в работе современных предприятий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гришакина Н. И. Манова Т. С., Манова Н. В. Организация процесса обработки данных в маркетинговом исследовании рынка // Креативная экономика. – 2009. – № 10. – С. 131–135.

Афанасьева Татьяна Сергеевна, канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого»: Россия, 173003, г. Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, 41.

Манова Наталья Васильевна, канд. физ.-мат. наук, доцент, Новгородский филиал АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 173000, г. Великий Новгород, ул. Федоровский ручей, 10/48.

Тел.: (816-2) 62-72-44

E-mail: kmanvm@mail.ru

INNOVATIVE METHODS OF CARRYING OUT MARKETING RESEARCH AT AN ENTERPRISE

Afanasyeva Tatiana Sergeevna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Novgorod State university named after Yaroslav Mudry. Russia.

Manova Natalia Vasilievna, Cand. of Phys.-Math. Sci., Ass. Prof., Novgorod branch of Tsentrsoyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation". Russia.

Keywords: small-scale enterprise, online store, marketing research, innovative technologies, poll automation.

The usage of innovations simplifies the work of a marketing specialist to a large extent. The work uses the example of an online store to examine in detail the organization of modern marketing campaigns and automation of processing and analyzing the results of polls. It suggests the method of polls automation, which can aid the organization of various polls and data analysis. This method significantly simplifies the organization of marketing research.

ПРЕИМУЩЕСТВА И ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА МАЛОГО БИЗНЕСА

*Т. С. АФАНАСЬЕВА, Н. В. МАНОВА**

*ФГБОУ ВПО «Новгородский государственный университет» имени Ярослава Мудрого,
*Новгородский филиал АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации
«Российский университет кооперации»,
г. Великий Новгород*

Аннотация. В работе проанализировано проведение маркетинговых исследований и анализа малыми предприятиями, отмечены преимущества и особенности маркетинга малого бизнеса. Рассмотрены нюансы использования маркетинговых инструментариев, таких как директ-маркетинг, бенчмаркинг, проведение маркетинговых акций.

Ключевые слова: малое предприятие, маркетинговые исследования, анализ и инструментарий, маркетинговые базы данных, маркетинговая стратегия.

Как на больших, так и на малых предприятиях существует огромный риск предпринимательства. Поэтому нужно должным образом организовать маркетинг, детально его проработать, рассмотреть вопросы организации его проведения и в результате выбрать наиболее эффективную оптимальную маркетинговую стратегию. Руководители малых фирм, особенно занимающихся посреднической деятельностью между производственными организациями или крупными поставщиками товаров и покупателями, обычно уделяют недостаточно внимания маркетингу. Иногда маркетинговыми исследованиями просто пренебрегают, считая их совершенно ненужными. Все это приводит к тому, что остаются незамеченными проблемы, скрытые опасности и выбирается неверная маркетинговая стратегия. В результате торговая фирма становится неконкурентоспособной, терпит убытки или окончательно разоряется и прекращает свое существование. Одним из важнейших факторов в условиях рыночной экономики, является умение привлечь новых клиентов, не потерять старых, увеличить объемы продаж. В этом случае перед отделом маркетинга встанут проблемы планирования деятельности и оценка эффективности достигнутых результатов. Маркетинговое исследование и его анализ являются эффективным инструментарием для раскрытия потенциала предприятия и позво-

ляют выбрать такую стратегию своей деятельности, которая удовлетворяла бы всем требованиям и пожеланиям клиентов и тем самым способствовала процветанию.

Важным этапом маркетинговых исследований является сбор и анализ полученных результатов. Вначале ее обрабатывают, используя различные методы, в том числе робастные, многомерный статистический анализ. Далее применяют аналитические методы исследования маркетинговой информации: регрессионный и факторный анализы, кластеризацию, классификацию, многомерное шкалирование и т. д. Использование многомерных статистических методов позволяет строить различные эконометрические модели, дающие возможность прогнозирования рыночной конъюнктуры.

Напомним, что в России предприятие называется малым, если численность его сотрудников меньше 50 человек, а в США число сотрудников должно быть не больше 1000. В том случае, когда численность меньше 15 человек (в России) или 10 (на Западе) и годовой доход меньше 60 млн руб., фирму называют микропредприятием. Год от года в России увеличивается число малых предприятий, только за 2013 г. их число возросло на 10%, до 946 тыс. При этом их доля ВВП колеблется около 12%, на Западе – 50–60%. Особенно за последние три года выросло количество микропред-

приятий, которые все большее влияние оказывают на экономику России.

В современных предпринимательских структурах систематически фиксируются все значения основных показателей, изменения как макросреды, так и микросреды предприятия. Создаваемые маркетинговые базы дают возможность непрерывного построения оперативных прогнозных моделей, адекватно реагирующих на все изменения рынка. Исходя из этого, маркетинговые службы предприятия обязаны создавать специализированные базы данных, обеспечивать их функционирование, своевременно обрабатывать вновь добываемую информацию с помощью современных программных продуктов, анализировать ее и распространять полученные результаты вовремя.

Зарубежные предприятия широко используют результаты маркетинговых исследований, проводимых специализированными маркетинговыми агентствами, которые строят базы данных предприятия по требуемым показателям и условиям заказчика, при дальнейшей актуализации этих баз. В России более десяти лет тому назад появились государственные и негосударственные маркетинговые агентства, работа которых пока остается не на должном уровне. Некоторые российские предприятия, особенно крупные, либо пользуются их продуктом, либо начинают его использовать. Однако для малых предприятий такие исследования и построение маркетинговых баз данных специализированными агентствами является непозволительной роскошью. В итоге самим сотрудникам или руководителям приходится проводить маркетинговые исследования и дальнейший анализ.

Динамика макросреды предприятия значительно, резко, быстро и непрерывно меняется, и предприятие должно так же гибко и адекватно реагировать на все изменения. Даже если фирма совсем небольшая, обязательно требуется проведение маркетинговых исследований (хотя бы сбор необходимой маркетинговой информации и создание базы данных). В этом случае руководитель или сотрудники могут проводить их самостоятельно, совмещая с другими обязанностями. Не надо теряться, все в ваших руках. В настоящее время мелкие предпринимательские структуры, используя и моделируя информационные базы предприятия, могут своевременно получать нужную инфор-

мацию о состоянии и динамике функционирования рынков, прогнозировать перспективу и тенденции своего развития. Представители малого бизнеса, в отличие от большого, могут использовать инструментарий малобюджетного маркетинга, то есть либо довольствоваться малыми расходами, либо обходиться вообще без них.

Проведение маркетинговых исследований малыми предприятиями дает следующие преимущества: тесная связь и близость с покупателем; мгновенное реагирование на изменившиеся обстоятельства; ежедневное общение между покупателем и поставщиками; относительно небольшой объем статистических данных; достаточная легкость сбора маркетинговой информации и построения маркетинговых баз данных. При проведении маркетингового анализа полнота и актуальность маркетинговых баз данных предприятия являются важными условиями, а наличие самих баз необходимо на каждом малом предприятии.

Отметим также, что результаты маркетингового анализа в малом бизнесе позволяют:

- удовлетворить требования клиентов;
- раскрыть имеющийся потенциал;
- эффективно приспособиться к макросреде предприятия;
- обеспечить конкурентоспособность;
- продвигать информационно-рекламную деятельность в нужном направлении;
- проводить соответствующие маркетинговые акции;
- своевременно реагировать на изменения макросреды;
- выбрать наилучшую маркетинговую стратегию предприятия.

Рассмотрим нюансы использования в малом бизнесе маркетинговых инструментариев, таких как директ-маркетинг, бенчмаркинг, проведение маркетинговых акций.

Сотрудники малых предприятий часто используют метод прямых продаж, обращаясь непосредственно к клиенту. Этот маркетинговый инструментарий является прямым маркетингом (директ-маркетинг). Иностранные фирмы широко его используют (до 45%), а в России его применяют около 5% предприятий. Наличие маркетинговых баз данных предприятия существенно помогает пользоваться директ-маркетингом.

Одним из преимуществ директ-маркетинга малого бизнеса является то, что он позволяет:

а) оперативно фиксировать и измерять отклики клиентов на предлагаемую продукцию;

б) информировать имеющихся покупателей о проводимых маркетинговых акциях;

в) проводить в удобной форме презентацию микропредприятия и его новых товаров;

г) давать клиентам время и возможность обдумать и оформить свои предпочтения и пожелания.

Теперь отметим преимущество использования в малом бизнесе такого маркетингового инструментария, как бенчмаркинг, который работает по принципу: делай как он, но только лучше его, возьми его методы и добавь свои. На самом деле бенчмаркинг – это «шпионаж» маркетинговых методов и моделей управления у процветающих фирм. Эталонное сопоставление в России используют в основном крупные предприятия (численность более 50 человек), а в малом бизнесе оно почти не применяется. Хотя на Западе бенчмаркинг используют более 50% малых и средних предприятий. Непосредственная, очень тесная близость к покупателю, надлежащий выбор нужных показателей, мгновенное реагирование и гибкость руководства помогают рационально, эффективно и с меньшими материальными затратами применять эталонное сопоставление в малом бизнесе.

Маркетинговые мероприятия дают возможность малому предприятию качественно улучшить свою посредническую деятель-

ность, выявить свой потенциал, наиболее полно удовлетворить требования покупателей. То есть выработать наиболее подходящую маркетинговую стратегию и систему управления предприятием, что дает возможность получать наибольшую прибыль с наименьшими затратами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гришакина Н. И. Манова Т. С., Манова Н. В. Организация процесса обработки данных в маркетинговом исследовании рынка // Креативная экономика. – 2009. – № 10. – С. 131–135.
2. Бочарова И. Ю. Социально-этичный маркетинг и бизнес-этика компаний // Научное обозрение. – 2012. – № 6. – С. 419–424.
3. Пачин Н. А. Клиентоориентированность в современных концептуальных подходах к управлению компанией // Научное обозрение. – 2013. – № 1. – С. 227–233.

Афанасьева Татьяна Сергеевна, канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Новгородский государственный университет» им. Ярослава Мудрого: Россия, 173003, г. Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, 41.

Манова Наталья Васильевна, канд. физ.-мат. наук, доцент, Новгородский филиал АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 173000, г. Великий Новгород, ул. Федоровский ручей, 10/48.

Тел.: (816-2) 62-72-44

E-mail: kmanvm@mail.ru

ADVANTAGES AND SPECIFIC FEATURES OF MARKETING OF SMALL-SCALE BUSINESS

Afanasyeva Tatiana Sergeevna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Novgorod State university named after Yaroslav Mudry. Russia.

Manova Natalia Vasilievna, Cand. of Phys.-Math. Sci., Ass. Prof., Novgorod branch of Tsentrosyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”. Russia.

Keywords: *small-scale enterprise, marketing research, analysis and instruments, marketing databases, marketing strategy.*

The work analyzes the organization of marketing research and its analysis by small-scale enterprises, points out the advantages and specific features of marketing of small-scale business and examines the nuances of the usage of such marketing instruments as direct-marketing, benchmarking, organization of marketing campaigns.

СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ И ЕЕ ПЕРЕРАБОТКИ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Д. А. МУСТАШКИНА, Ч. С. ХАЯЛЕЕВА, Н. В. КАРПОВА
ФГБОУ ВПО «Казанский государственный аграрный университет»,
г. Казань, Республика Татарстан

Аннотация. В статье определены основные проблемы малого и среднего бизнеса в сельском хозяйстве, которые создают для сельхозпроизводителей новые возможности переработки и сбыта продукции.

Ключевые слова: малый средний бизнес, агропромышленный парк, модернизация, перерабатывающая отрасль.

Сельское хозяйство является важным сектором национальной экономики, формирует центральное звено агропромышленного комплекса. Эта область представляет собой совокупность отраслей, связанных экономическими отношениями в процессе производства, распределения и потребления сельскохозяйственной продукции.

Сбалансированное и устойчивое развитие сельского хозяйства вносит непосредственный вклад в дальнейшее повышение уровня жизни населения Республики Татарстан.

Государственная программа призвана создать необходимые условия для решения основных производственных, финансово-экономических и социальных проблем в сельском хозяйстве, пищевой и перерабатывающей отрасли, содействовать реализации всего комплекса целей социально-экономического развития Республики Татарстан на основе модернизации, инновационного развития и расширения использования программных методов управления. Благодаря системной модернизации и обновлению предприятий отрасли удалось стабилизировать и увеличить объемы производства продукции, укрепить статус республики как территории с развитым агропромышленным комплексом.

Анализ и обсуждение результатов исследования

Республика Татарстан, имея 2,3% сельхозугодий всей страны, производит 5% сель-

хозпродукции в Российской Федерации. Малые и средние предприятия являются основой не только сельского хозяйства, но также продовольственной безопасности страны. Они производят более 50% от общего объема сельскохозяйственной продукции, в том числе мяса и молока более чем на 50%, картофеля – 88%, овощей – на 78% [1].

Татарстан входит в тройку лидеров среди субъектов Российской Федерации по объему валовой продукции сельского хозяйства и полностью удовлетворяет потребность населения в основных продуктах питания, где самый дешевый минимальный набор продуктов питания, среди субъектов Российской Федерации.

Поддержка малого и среднего бизнеса в сельском хозяйстве наиболее мобильна и устойчива, в России на поддержку и развитие агропромышленного комплекса выделяется только 3%, большая часть которых идет на субсидирование кредитов, в Белоруссии выделяется 18% бюджета, в Республике Татарстан выделяется до 10% средств бюджета так в 2013 году составило – 5 326 955,6 тыс. рублей, 2014 году составит – 6 083 265 тыс. рублей, а к 2020 году – 10 423 813 тыс. рублей [2].

Конкуренция в сфере сельского хозяйства сегодня жесткая. Вступление России в ВТО ставит серьезные задачи обусловленные функционированием агропромышленного комплекса в координации с деятельностью экспортёров отдельных видов продукции растениеводства и перерабатывающих отраслей.

Малому и среднему сельскому бизнесу приходится нелегко, главная проблема – это сбыт выращенной сельхозпродукции.

На общероссийском форуме в 2011 году, была принята перспектива создания и развития агропромышленных и агротехнологических парков в России. Наиболее эффективный механизм финансирования создания агропромпарков – инвестиции частного бизнеса с долей государственной поддержки.

Агропромышленный парк – это новая производственно-экономическая система развития малого и среднего бизнеса в агропромышленном комплексе, которая создает для сельхозтоваропроизводителей новые возможности переработки и сбыта продукции.

«Агропромышленный парк «Казань» открылся 11 мая 2013 года, цель его создания – поддержка предпринимательской деятельности республиканских сельхозтоваропроизводителей, обеспечение их необходимой материально-технической базой для реализации, а также хранение и переработка сельхозпродукции. На базе Агропромышленного парка, единственного в России по своим масштабам, создана вся необходимая бизнес-инфраструктура для предоставления услуг как потребителям, так и резидентам этого уникального комплекса. Еще 7 таких парков планируется создать на базе действующих районных потребительских обществ

Особенность агропромпарков в том, что в одном месте концентрируются перерабатывающие мощности, логистические центры, оптово-розничные рынки, склады, транспортные и иные службы.

Основной задачей данного проекта является объединение мелких и средних сельхозтоваропроизводителей региона внутри комплексной региональной торгово-производственной структуры Агропромышленного парка, основанного на принципах демократического управления, прозрачного финансового оборота, действующего в интересах всех участников в сфере торгово-закупочной, производственной, логистической и консалтинговой деятельности.

Основные направления деятельности:

- переработка и реализация продуктов агропромышленного комплекса;
- сдача в аренду торговых и производственных площадей.

Общая площадь Агропромышленного

парка «Казань» превышает 8 га. Площадь основного здания составляет более 50 тыс. кв.м, из которых почти 14 тыс. кв.м занимают торговые площади, 400 торговых мест, 13 тысяч квадратных метров производственной площади, складские и холодильные помещения – и все это по сравнительно умеренным ценам. В здании размещаются также цеха для переработки сельхозпродукции, пекарня, складские помещения, кафе, небольшая гостиница, административные офисы. Предусмотрены и открытая торговая площадка, и парковка для автотранспорта.

Выводы

Таким образом, в России создано более 30 аграрных и промышленных парков. Основным назначением Агропромышленного парка «Казань» является обеспечение республиканских сельхозпроизводителей доступной базой для открытия собственных производств, переработки, хранения и реализации готовой продукции, создание условий для комплексного развития и повышения эффективности производства продукции животноводства и продуктов ее переработки

Инвестиции частного бизнеса с государственной поддержкой – это наиболее эффективный механизм финансирования создания агропромпарков, условий для комплексного развития и повышения эффективности производства развития сельского хозяйства, пищевой и перерабатывающей отрасли, мероприятия и финансовое обеспечение их реализации, ожидаемые результаты, характеризующие достижение целей. Основным назначением данного комплекса является обеспечение республиканских сельхозпроизводителей доступной базой для открытия собственных производств, переработки, хранения и реализации готовой продукции и объединение мелких и средних сельхозтоваропроизводителей региона. Внутри комплексной региональной торгово-производственной структуры Агропромышленного парка «Казань», основанного на принципах демократического управления, прозрачного финансового оборота, действующего в интересах всех участников в сфере торгово-закупочной, производственной, логистической и консалтинговой деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Об утверждении Государственной программы «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Республике Татарстан на 2013–2020 годы : Постановление Кабинета Министров Республики Татарстан от 8 апреля 2013 г. № 235.

2. Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Татарстан: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://agro.tatarstan.ru>.

3. Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (ФАО): официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fao.org>.

4. Агропродовольственная политика и вступление России в ВТО / Всерос. ин-т агр. пробл. и информатики РАН ; отв. ред. А. В. Петриков. – М., 2003.

5. Ключач В. Агробизнес России и присоединение к ВТО // АПК: экономика, управление. – М., 2003. – № 12. – С. 12–15.

6. Мусташкина Д. А. Механизм государственного регулирования, влияющий на эффективность управления в сельском хозяйстве // Российское предпринимательство. – 2006. – № 10.

7. Хаялеева Ч. С., Карманова Л. Е. Сравнительные объемы государственной поддержки аграрного сектора России и Украины // Сборник науч. трудов по результатам 8-ой итоговой Междунар. науч.-практ. конф. аспирантов и соискателей ГБУ «РЦНКО», 2014 г.

8. Хаялеева Ч. С., Хикматуллина А. Д. Государственная поддержка агропромышленного комплекса в условиях членства в ВТО // Сборник науч. трудов по результатам 8-ой итоговой Междунар. науч.-практ. конф. аспирантов и соискателей ГБУ «РЦНКО», 2014 г.

Мусташкина Дания Абдулловна, канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Казанский государственный аграрный университет»: Россия, 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Карла Маркса, 65.

Хаялеева Чулпан Салимулловна, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой «Финансы и кредит», ФГБОУ ВПО «Казанский государственный аграрный университет»: Россия, 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Карла Маркса, 65.

Карпова Наталья Валентиновна, канд. ветеринар. наук, ст. преподаватель кафедры «Экономика и организация предприятий», ФГБОУ ВПО «Казанский государственный аграрный университет»: Россия, 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Карла Маркса, 65.

Тел.: (843) 236-65-22

E-mail: daniya56@mail.ru

CREATION OF CONDITIONS FOR AGRICULTURAL PRODUCTS PRODUCTION AND PROCESSING IN THE AGRARIAN SECTOR OF ECONOMY OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Mustashkina Dania Abdullovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan State agrarian university. Russia.

Khayaleeva Chulpan Salimullovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., head of “Finances and credit” department, Kazan State agrarian university. Russia.

Karpova Natalia Valentinovna, Cand. of Vet. Sci., senior lecturer of “Economics and organization of enterprises” department, Kazan State agrarian university. Russia.

Keywords: small and medium business, agro-industrial park, modernization, processing industry.

The article defines the main problems of small and medium business in agriculture, which create new opportunities for agricultural producers in the sphere of processing and selling products.

УЧЕТ ЗАТРАТ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПОВ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Л. М. МАКАРОВА, Е. Е. РОДИНА

ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева»,
г. Саранск, Республика Мордовия

Аннотация. Одним из быстроразвивающихся принципов организации на промышленных предприятиях является бережливое производство. В статье рассмотрены как современные системы учета затрат подстраиваются под информационные потребности менеджеров.

Ключевые слова: бережливое производство, управленческий учет, затраты, концепция, принципы, управление, методы, системы.

Экономические условия развития экономики Российской Федерации с особой актуальностью ставят задачу налаживания новых, полное использование имеющихся и реконструкцию устаревающих производств для получения максимальной отдачи при минимальных затратах. Это сложная управленческая задача для всех уровней управления и функциональных подразделений имеет классические варианты решения:

- 1) повышение цены на продукцию;
- 2) снижение издержек.

Первый представленный вариант возможен только в условиях выпуска инновационных видов продукции в условиях устойчивых лидерских позиций компании на рынке. Далеко не все мировые компании могут продемонстрировать реализацию данной стратегии в течение длительного периода времени. Высокотехнологичные разработки быстро внедряются в массовое производство, и требуются большие финансовые вложения в передовые научные исследования для постоянного поддержания лидерских позиций.

Второй вариант решения задачи повышения эффективности является более сложным и актуальным для предприятий любого размера и вида бизнеса. Именно задача рациональной организации использования ресурсов разного вида на всех стадиях операционной деятельности приводит к совершенствованию традиционных, а также разработке и внедрению в практику работы предприятий новых подходов к управлению затратами.

Для успешного менеджмента необходимо искать возможности снижать издержки за счет использования более дешевых ресурсов, но статистика разных рынков свидетельствует, что в современной экономике найти на рынке новых поставщиков с низкой ценой на аналогичные ресурсы, поддерживающих высокие стандарты качества, практически не возможно. Крупные компании имеют устойчивые долгосрочные программы продаж и ценовую стратегию, а вновь выходящие на рынок производители при установлении цены на свои продукты ориентируются на сложившийся уровень цен. Поэтому многие компании, реализующие долгосрочные задачи снижения стоимости входящих сырьевых ресурсов, пытаются исключить из цепочки поставок промежуточные звенья и организуют холдинговые структуры, нацеленные на самообеспечение производства возобновляемыми ресурсами, как, например, в сельском хозяйстве.

В связи с ограниченностью внешних источников роста эффективности пристальное внимание уделяется возможностям оптимизации производства. Именно это направление является приоритетным и востребованным как для научных разработок, так и практической его реализации.

Одной из наиболее глубоких и всесторонних систем организации управления затратами является система бережливого производства – лин. , (англ. lean – постный, стройный). Концепция лин (бережливое производство, кайдзен) – система мышления и принятия решений, позволяющая ликвидировать непроиз-

водительные издержки и достичь лидерства в эффективности деятельности компании.

Принципиальная установка системы Lean заключается в постоянной работе по совершенствованию качества и сокращению потерь. Для достижения эффективных совершенствований может использоваться разнообразный инструментарий, наиболее целесообразный для имеющегося технологического процесса и системы управления.

Концепция Lean определяет, что на любом производстве возникают потери, которые используют разные по объему затраты времени и ресурсов, но не повышают ценности товара или услуги для конечного потребителя. Отсюда вытекает важнейшая целевая установка бережливого производства – систематически выявлять, анализировать и устранять все потери в производственном процессе для получения повышенной прибыли и обеспечения при этом лучших на рынке качества, цены и сроков.

Принципиальные установки для трансформации применяемых управленческих технологий в концепцию бережливого производства заключаются в следующем:

- четкое определение последовательности действий, создающих ценность продукта с точки зрения конечного потребителя, а также выделение и устранение излишних действий, которые не важны для потребителя;

- детальное описание всех действий от момента получения заказа, до поставки продукции потребителю для оптимизации работы, выявления потерь, определения потенциальных возможностей для улучшения процессов;

- перестроение действий в цепочке производства в последовательный поток работ таким образом, чтобы между операциями не было ожиданий, простоев или иных потерь;

- выявление потребностей конечного потребителя и выпуск только той продукции и в том объеме, которое востребовано;

- стремление к совершенству за счет постоянного сокращения ненужных действий.

Реализация принципов бережливого производства на предприятии нацелена в конечном итоге на оптимизацию затрат предприятия, которая предполагает реализацию альтернативного технологического подхода к использованию сырья и материалов, которые, с одной стороны, не снижают качество конечного продукта, а с другой – имеют более высокие потребительские характеристики

и целесообразность для замены их на высокотехнологичные, инновационные ресурсы.

Принципиальные возможности управленческого учета в реализации принципов бережливого производства в настоящий момент являются недооцененными. На наш взгляд, это связано с рассмотрением системы управленческого учета как исключительно информационной системы текущего мониторинга деятельности компании. Однако заложенные в управленческом учете механизмы трансформации и настройки на потребности разных функциональных сфер компании позволяют сделать управленческий учет мощной системой непрерывного планирования, контроля и анализа улучшений.

В основе концепции бережливого производства лежит оптимизация бизнес-процессов путем их ранжирования по признакам, определяемым понятиями *Муда*. Оптимизация рассматривается как непрерывное планирование нововведений, их внедрение, контроль результативности и оценка влияния на экономическую эффективность в целом. В этом процессе постоянно используются большие информационные потоки аналитической информации, которую не возможно обобщить в рамках традиционных учетно-аналитических систем. Управленческий учет в свою очередь позволяет создать многоуровневую, структурированную систему, способную отследить составляющие доходной и расходной частей эффективности функциональных сфер до и после внедрения изменений, определить величину приращения потребительских свойств продукта, размер экономических выгод и потерь для акцентирования внимания на них функциональных менеджеров.

В рамках системы управленческого учета компания имеет возможности акцентирования внимания на проектах трансформации в разных сферах деятельности и систематизации негативных изменений в соответствии типовыми процессами, приводящими к:

- 1) к перепроизводству продуктов и излишней капитализации активов предприятия в запасах готовой продукции и дополнительных расходах на обеспечение их хранения;

- 2) ожиданию поставок ресурсов и сдерживанию расширения производства в наиболее актуальные периоды потребительского спроса;

- 3) лишней транспортировке производ-

Таблица 1 – Теоретические подходы к управлению затратами

Системы учета затрат	Основное содержание	Недостатки
Система «директ-костинг»	Разделяет все процессы на предприятия на относящиеся к выпуску продукции и к календарному периоду и формирование на этой основе «точной» себестоимости продукта. Зная реальную цену производства каждого вида продукции, предприятие получает возможность контролировать производственные затраты, выявлять неоправданные расходы, принимать меры к их устранению, оценить реальный вклад каждого продукта в формирование общего финансового результата. Это позволяет осуществлять гибкое управление ассортиментом продукции	Предприятие определяется как состоявшийся экономически эффективный организм, в котором допускается, что объем производства равен объему продаж. Использование этой системы для управления эффективно только при небольшом числе производственных участков, через которые проходит продукт при его обработке, поскольку на основу группировки затрат положена связь с видами выпускаемой продукции, а не местами возникновения затрат. Расширение номенклатуры производимой продукции снижает скорость обработки информации и не стимулирует внедрение нововведений в развитие компании
Нормативная система учета затрат (Система «стандарт-кост»)	Комплексный охват всего хозяйственного механизма, установление нормативов (стандартов) расходования ресурсов, определение центров ответственности по расходованию ресурсов, возможность оперативного выявления отклонений на разных участках и принятия на этой основе необходимых решений	«Замкнутость» на сложившуюся технику, технологию и систему управления. Основным результатом функционирования является выявление отклонений от установленных планом заданий, выяснение их причин и внесение необходимых корректив для приведения системы в норму. Затруднено реагирование на изменение конъюнктуры рынка и также снижена возможность выявления приоритетных изменений в функционировании компании
Система «JIT» – «Just-In-Time» (точно вовремя)	Выстраивание производственного процесса в поточное производство с минимальными запасами на основе обеспечения ресурсами в заданные сроки и в определенном объеме, что позволяет четко контролировать стадии производства продукта и степень их обеспеченности ресурсами в зависимости от изменения рыночной конъюнктуры и приводит к лучшему качеству производства, лучшему обслуживанию и лучшей оценке стоимости продуктов	Предприятие определяется как экономически эффективный организм, способный минимизировать затраты ресурсов и времени на переналадку производственного процесса при изменении покупательских предпочтений. Сведение к минимуму запасов ресурсов, их поставка непосредственно к моменту производства требует высокой хозяйственной дисциплины со стороны поставщиков, так и покупателей. Стремление оптимизировать и наладить долгосрочные связи сдерживает развитие изменений в текущих условия
Таргет-костинг	Определение успешности предприятия осуществляется на основе прогнозирования выпуска продукта на основе установления цены, не превышающей рыночную и дающей возможность аккумулировать средства для осуществления проектирования, перепроектирования и внедрения продукта в производство до начала его реального производства	Процесс установления целевой цены продукта предусматривает использование трехуровневого анализа «качество продукта — набор функциональных характеристик продукта — цена продукта», где цена предполагается или задается как рынком в целом, так и непосредственными потребителями. Эта цена определяется с помощью маркетинговых исследований, фактически являясь ожидаемой рыночной ценой продукции. Целевая прибыль представляет величину прибыли, необходимую предприятию для развития и удовлетворения
Кайзен-костинг	Рассматривает необходимость «усовершенствование маленькими шагами» на этапе производства продукции, в результате которого достигается необходимый уровень себестоимости и обеспечивается прибыльность производства. Кайзен-костинг используется в японской модели управленческого учета параллельно с Таргет-костингом для – достижение целевой себестоимости на этапе производства	Процесс достижения целевой цены на продукцию происходит в связи с совершенствованием процесса производства продукта на основе внедрения небольших изменений в производственный процесс каждым из его участников. Сокращение разницы между сметной и целевой себестоимостью называется кайзен-задачей, которая касается всего персонала организации от инженеров до менеджеров и выполнение которой должным образом поощряется через систему управления персоналом

ственных активов в момент покупке, использования и поставки потребителям;

4) трансформации производственных процессов за счет выявления излишних этапов обработки, рационализации технологических процессов в пространстве и времени;

5) определению проблемных мест производственного процесса, создающих дефекты продукции;

6) сдерживанию использования профессиональных навыков и возможностей имеющегося человеческого потенциала.

Одной из современных тенденций системы учета затрат является ее гибкое реагирование на информационные потребности функциональных менеджеров (табл. 1).

Эволюция методов и систем учета, приведенная в таблице 1, показывает изменение информационных потребностей управления и концентрацию на системах, обеспечивающих не только решения классических задач снижения затрат, повышения эффективности производства приоритетных видов продукции, но и развитие предпосылок к постоянному совершенствованию компании в связи с изменениями конъюнктуры рынков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горбылева А. А., Макарова Л. М. Новые системы управления затратами как способ повышения эффективности сельскохозяйственного производства // Молодой ученый. – 2013. – № 1. – С. 110–114.
2. Макарова Л. М. Кривошеева О. И. Современные подходы к автоматизации учета деятельности коммерческих пред-

приятий // Материалы науч. конф. «XLI Огаревские чтения». – Ч. 3. Гуманитарные науки. – Саранск : Изд-во Мордов. ун-та, 2013. – С. 460–466.

3. Макарова Л. М., Аниськина Е. В. Современные подходы к реализации концепции бережливого производства в системе управленческого учета промышленных предприятий // Молодой ученый. – 2013. – №7. – С. 195–199.
4. Основы бережливого производства : учеб. пособие / В. С. Лапшин, Е. А. Федоськина, Е. А. Ляманова, Д. В. Родин, Е. Е. Родина, И. В. Филиппова. – Саранск : Изд-во Мордов. ун-та, 2011. – 160 с.
5. Родина Е. Е. Интеграция контроллинга и системы менеджмента качества: теоретический аспект : монография / Е. Н. Родина. – Саранск : Изд-во Мордовского ун-та, 2012. – 120 с.
6. Родина Е. Е. Интеграция систем учета затрат. Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд // 1 Междунар. науч.-практ. конф., 21 апреля 2010 г. – Новосибирск : СИБПРИНТ, 2010. – С. 298–303.

Макарова Людмила Михайловна, канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева»: Россия, 430005, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Большевикская, 68.

Родина Елена Евгеньевна, канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева»: Россия, 430005, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Большевикская, 68.

Тел.: (927) 276-11-96

E-mail: erodina@mail.ru

ACCOUNTING FOR EXPENSES IN THE CONDITIONS OF IMPLEMENTING THE PRINCIPLES OF LEAN PRODUCTION

Makarova Liudmila Mikhailovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Mordvinian State university named after N. P. Ogarev.

Rodina Elena Evgenievna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Mordvinian State university named after N. P. Ogarev.

Keywords: lean production, management accounts, expenses, concept, principles, management, methods, systems.

Lean production is one of rapidly developing organizational principles at industrial enterprises. The article describes the way in which modern systems of accounting for expenses adapt to the information needs of managers.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ УСЛУГ СЕРВИСНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Н. С. ШАРАФУТДИНОВА, В. А. САЙДАШЕВА
ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань, Республика Татарстан

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные составляющие сервисной деятельности предприятий ИТ-бизнеса, которые в значительной степени обеспечивают конкурентоспособность.

Ключевые слова: конкурентоспособность, сервисная организация, коммерческие услуги.

В современных условиях, по мнению специалистов, рынок информационных технологий – это ключевая стратегическая индустрия, отрасль, которая позволит достичь уровня конкурентоспособности в мировом информационном сообществе. На фоне современных тенденций российский ИТ-бизнес переживает период бурного развития, который внес определенные коррективы в организацию деятельности различных инфраструктурных элементов, в том числе сервисных организаций государственного сектора.

В структуре целостной модели функционирования ГАУ «ИТ-парк» присутствуют элементы, сервисная деятельность которых носит строго коммерческий характер и нацелена, прежде всего, на получение операционной прибыли. Перечень услуг по организации мероприятий довольно широк и наибольший удельный вес в нем занимает сервис по проведению конференций, семинаров и аналогичных деловых мероприятий, требующих тщательной предварительной подготовки. С целью определения конкурентных позиций конференц-услуг ГАУ «ИТ-парк» было осуществлено маркетинговое исследование компаний, предоставляющих в аренду конференц-залы и сопутствующие бизнес-услуги. В ходе исследования была проведена оценка 68 гостиниц, конференц-центров, компаний-арендодателей с точки зрения профессиональной организации бизнес-мероприятий. Главными критериями внесения в обзор стали наличие помещений (более одного), предлагаемых в аренду под проведение общественных

деловых мероприятий, расположение относительно центра г. Казани и тарифная составляющая. Исследование показало, что перечень и ценовой разброс предлагаемых услуг у организаций невелик, несмотря на различия в уровне. Многие гостиницы и бизнес-центры обладают многофункциональными залами, в которых в зависимости от желаний заказчика могут быть организованы банкеты, фуршет, тренинги, переговоры или семинары. Реже компании предоставляют большой выбор специализированных помещений – оснащенных аудиторий, банкетных залов, переговорных комнат, в полной мере адаптированных под определенный тип мероприятий. По результатам исследования выявлено, что в настоящее время предлагается значительное количество разнообразных видов мероприятий (табл. 1), используя которые компании-клиенты могут успешно продвигать товары или имидж компании, увеличивая при этом объемы продаж, повышая лояльность клиентов и привлекая новых партнеров по бизнесу.

Из представленной модели классификации конференц-услуг видно что возможности ГАУ «ИТ-парк» позволяют проводить практически любое мероприятие, за исключением общегородских и спортивных состязаний, что дает широкое поле для деятельности службы продаж. Можно уверенно утверждать, что современное техническое оснащение ГАУ «ИТ-парк» отвечает ключевым запросам и требованиям рынка. Это подтверждается и анализом потребностей потенциальной целевой аудитории (табл. 2).

Таблица 1 – Классификация мероприятий [1]

Тип мероприятия	Потенциальные клиенты	Необходимые действия
Деловые: 1. Дилерские форумы; 2. Конференции, форумы, конгрессы; 3. Деловые завтраки; 4. Мероприятия по связям с инвесторами	1. Министерства и ведомства; 2. Крупные компании (топ-200); 3. Крупные компании в каждой отрасли (топ-10)	1. Письменные коммерческие предложения; 2. Сотрудничество со службами маркетинга компаний, с организационными и протокольными службами ведомств для мониторинга планируемых мероприятий и внесения своевременных предложений; 3. Май-июнь – годовые собрания акционеров крупных компаний
Учебные, образовательные: 1. Тренинги; 2. Семинары	1. Тренинговые компании; 2. Кадровые агентства; 3. Event-агентства	Компании заинтересованы в минимизации расходов на тренинги. Необходимо предложить абонентскую аренду – десять мероприятий по цене 6–7 или дополнительные бесплатные услуги
Для прессы: 1. Пресс-конференции; 2. Пресс-завтраки; 3. Пресс-туры и прочее	1. Средства массовой информации; 2. Туристические компании (местный туризм)	1. СМИ – предложить бесплатное проведение круглых столов и пресс-мероприятий при условии упоминаний о ГАУ «ИТ-парк» как месте проведения мероприятия для обеспечения регулярного PR; 2. Туризм – включить ГАУ «ИТ-парк» в туристическую программу гостей
Выездные мероприятия: 1. Презентации; 2. Мероприятия по стимулированию сбыта	1. Сотовые операторы; 2. ИТ и телекоммуникационные компании; 3. Вендоры	1. Письменные коммерческие предложения, личные продажи; 2. Сотрудничество со службами маркетинга компаний
Развлекательные: 1. Корпоративные праздники; 2. Внутрикорпоративные мероприятия для развития командного духа	1. Резиденты ГАУ «ИТ-парк»; 2. Министерство связи; 3. ИТ и телекоммуникационные компании	1. Письменные коммерческие предложения, личные продажи; 2. Сотрудничество с HR-службами
Торжественные: 1. Банкеты, фуршеты; 2. Юбилеи; 3. Прием VIP-гостей.	1. Резиденты ГАУ «ИТ-парк»; 2. Министерство связи; 3. ИТ и телекоммуникационные компании	Личные продажи руководителям компаний без открытой рекламы. База дней рождений из открытых источников, заблаговременная открытка с предложением провести мероприятие в конференц-зале
1. Благотворительные обеды, концерты; 2. Акции по сбору средств	Некоммерческие организации	Необходимо предложить бесплатное проведение с тщательным отбором качества и формата мероприятия

Таблица 2 – Анализ потребностей потенциальной целевой аудитории конференц-услуг ГАУ «ИТ-парк»

Вид делового мероприятия	Необходимое оборудование	Целевая аудитория
Международные, отраслевые, научные конгрессы, съезды, форумы и симпозиумы, круглые столы, крупномасштабные мероприятия	Система синхронного перевода; возможность организации кофе-брейка; возможность размещения партнеров в номерах отеля; близлежащего к месту проведения мероприятия, видеозапись	Государственные организации, международные компании, крупные компании
Пресс-конференции, брифинги	Микрофоны; акустическая система; видеооборудование	Государственные компании, крупные компании, стартапы
Конференции, бизнес-семинары, обучающие мероприятия	Флип-чарт; мультимедийное оборудование; брифинг-система	Все виды компаний и организаций
Презентации, церемонии открытия	Видеопанель; лазерная указка; презентатор	Компании, инвестирующие в R&D, стартапы

Вид делового мероприятия	Необходимое оборудование	Целевая аудитория
Коктейли, банкеты, фуршеты	Вместимость помещения; наличие кафе; ресторана; организация банкетов; фуршетов; услуги кейтеринг-компаний; обслуживание официантов; организация развлекательных программ	Все виды компаний, частные лица
Встречи с VIP-партнерами	Изысканный деловой интерьер; комфортное помещение	Все виды компаний
Видеоконференции, видеопереговоры	Видеоэкран; доступ к Internet; система единовременной передачи данных; акустическая система; микрофоны	Крупные компании, работающие за пределами республики, государственные организации

Предоставляемые конференц-площади могут быть классифицированы в зависимости от вместимости; соотношение средней вместимости конференц-зала с ценой демонстрирует тот факт, что наиболее востребованными на рынке являются залы вместимостью от 50 до 100 человек. Положительным следует считать то, что ГАУ «ИТ-парк» представлен в каждой категории вместимости, то есть конкурентоспособен в проведении любых мероприятий вместимостью до 250–300 человек.

Важным элементом конкурентоспособности является, как известно, оснащение дополнительным оборудованием. В рамках проведения исследования определены три уровня оснащённости. Низкая оснащённость: флип-чарт, микрофон, доступ к сети Интернет; средняя оснащённость: флип-чарт, ноутбук, акустическая система, дополнительные микрофоны, аудио- и видеооборудование, мультимедийный проектор, доступ к сети Интернет; высокая оснащённость: флип-чарт, ноутбук, акустическая система, микрофоны, аудио- и видеооборудование, мультимедийный проектор, доступ к сети Интернет, плазменные панели, лазерная указка, беспроводной презентатор. Результаты исследования свидетельствуют о том, что по оснащённости конкуренцию ГАУ «ИТ-парк» составляют такие компании, как отели «Mirage» и «Казанская Ривьера» [2].

Тем не менее, указанные компании неконкурентоспособны с ГАУ «ИТ-парк» по цене, так как предлагают площади для проведения мероприятий существенно дороже, а их ценовая политика – менее гибкая. Вместе с тем ассортимент предлагаемого дополнительного оборудования ГАУ «ИТ-парк» нуждается в оптимизации и расширении, а ценовая политика – в пересмотре, так как диапазон

предлагаемых услуг очень узок и значительно ниже среднерыночных цен. Сопоставляя эти данные с уровнем оснащённости ГАУ «ИТ-парк», можно сделать вывод, что в прайс не включены многие услуги, предоставляемые по умолчанию. Кроме того, на наш взгляд, конкурентоспособность и выручку можно увеличить, если перечень дополнительных услуг ГАУ «ИТ-парк» расширить за счет новых технических, организационных и маркетинговых услуг.

В целях усиления позиций ГАУ «ИТ-парк» и увеличения выручки от предоставления конференц-услуг предложены следующие рекомендации: пересмотреть перечень и набор предоставляемых клиентам услуг в сторону существенного расширения их за счет новых технических, организационных и рекламных услуг; по новым техническим услугам проводить разъяснительную работу и продвижение как среди имеющихся клиентов, так и в открытых источниках; выпускать ежемесячный дайджест для компаний-подписчиков с анонсами о прошедших мероприятиях, о новых услугах и возможностях; подготовить клиентам готовые конференц-пакеты; упростить процесс заключения договора, в частности, ускорить процесс его оформления; рассмотреть техническую возможность корректировки акустики зала; периодически внедрять новые технические возможности, позволяющие удерживать позиции ГАУ «ИТ-парк» как высокотехнологичной площадки; разработать комплекс мер для организации охраняемой парковки во время проведения мероприятий [3].

Таким образом, актуальные составляющие сервисной деятельности в значительной степени обеспечивают конкурентоспособность анализируемой организации в инфраструктуре рынка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Специфика продвижения фестиваля рекламы на вербальном и визуальном уровнях. Часть 2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://coolreferat.com/Специфика_продвижения_фестиваля_рекламы_на_вербальном_и_визуальном_уровнях_часть=2.
2. Новикова Е. Н. Маркетинговая информационная система проектной организации: анализ издержек // Труд и социальные отношения. – 2013. – № 2. – С. 111–118.
3. Валеева Ю. С. Экономическая природа конкурентоспособности торговой отрасли в

рыночной структуре региона // Актуальные проблемы экономики и права. – 2011. – № 2. – С. 56–60.

Шарафутдинова Наталья Сергеевна, канд. экон. наук, доцент, ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

Сайдашева Венера Адгамовна, канд. техн. наук, доцент, ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

Тел.: (843) 233-71-09

E-mail: natabell22@mail.ru

COMPETITIVE ABILITY OF THE COMMERCIAL SERVICES OF SERVICE ORGANIZATIONS

Sharafutdinova Natalia Sergeevna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan (Volga) federal university. Russia.

Saydasheva Venera Adgamovna, Cand. of Tech. Sci., Ass. Prof., Kazan (Volga) federal university. Russia.

Keywords: competitive ability, service organization, commercial services.

The work examines the topical components of the service activity of IT-business enterprises, which determine competitive ability to a large extent.

СОВЕРШЕННАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В КАЧЕСТВЕ ОПТИМАЛЬНОЙ МОДЕЛИ РЫНКА

Д. И. ВАЛИГУРСКИЙ, А. Я. ГЕТЦ

*АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»,
г. Мытищи, Московская обл.*

Аннотация. Рынок рассматривается как организованная структура, включающая в себя продавцов и покупателей, производителей товаров (услуг) и их потребителей, а их взаимодействие приводит к установлению рыночных цен. В статье рассматривается в качестве оптимальной модели рынка совершенная конкуренция.

Ключевые слова: рынок, конкуренция, типы рыночной структуры, совершенная конкуренция, условия совершенной конкуренции, модель рынка.

В условиях современной рыночной экономики под определением «структура рынка» принято понимать совокупность различных признаков и черт, которые отражают особенности организации и функционирования какого-либо отраслевого рынка (рис. 1). Данное понятие включает все аспекты рыночной среды, в которой действует фирма. К таким аспектам относятся: количество фирм в отрасли, число потребителей на рынке, особенности отраслевого продукта, соотношение ценовой и неценовой конкуренции, рыночная власть отдельного потребителя или производителя и прочие.

В зависимости от содержания каждого признака и их сочетаний формируются различные типы рыночной структуры.

1. Совершенная конкуренция. При ней на рынке функционирует большое число предприятий, выпускающих одинаковую продукцию, схожую по характеристикам и качеству. В данной модели рынка отсутствуют барьеры, которые могут ограничивать свободный вход в отрасль.

2. Монополистическая конкуренция. При данном типе отраслевого рынка действует много предприятий, выпускающих дифференцированный продукт. Это позволяет производителям контролировать продажную цену товара (услуги). Барьеры входа в отрасль при данной модели невысоки.

3. Олигополия. При данной модели небольшое количество предприятий реализует стандартизированный или дифференциро-

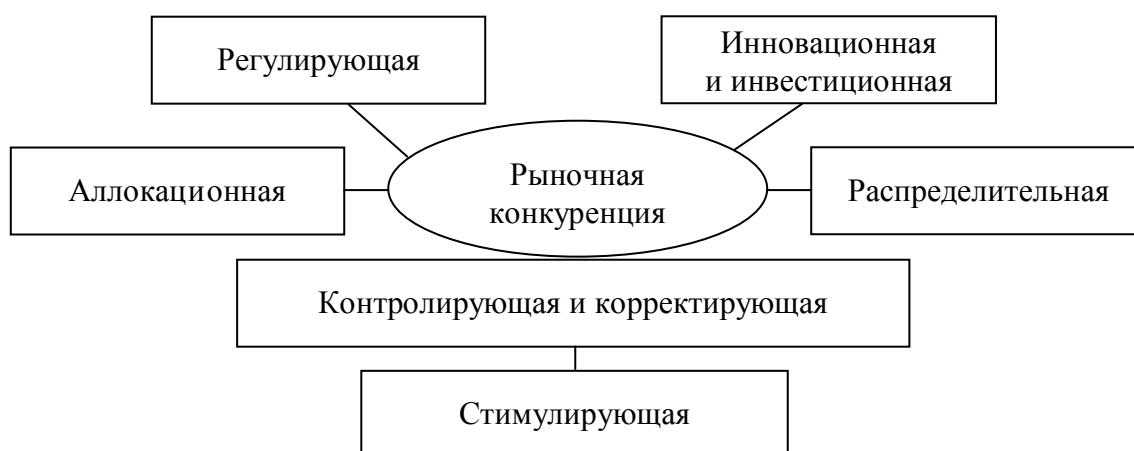


Рисунок 1. Функции рыночной конкуренции

ванный товар, доля каждого действующего предприятия на рынке велика настолько, что изменение объема предлагаемой продукции одного предприятия ведет к изменению цены. Барьеры входа на такой рынок очень высокие. Различают олигополию двух видов: с дифференцированным и стандартным продуктом.

4. Чистая монополия. Данный тип рынка характеризуется наличием одного предприятия, выпускающего уникальный продукт, владеющего основными видами нужного для производства сырья, патентными правами и необходимыми лицензиями для функционирования на рынке. Обычно такая модель возникает там, где нет альтернативы данному продукту, отсутствуют близкие субституты. Барьеры входа на такой рынок высоки и труднопреодолимы.

В отличие от остальных типов рыночных структур, «совершенная конкуренция» рассматривается в литературе как теоретическая рыночная структура.

Существует множество определений понятия «совершенная конкуренция». Это вид отраслевого рынка, на котором большое число предприятий продают стандартную продукцию и ни одно из них не имеет большей доли рынка, чтобы оказывать влияние на цену продукта. Цена для продукции каждого предприятия считается заданной рынком. При этом вход и выход из отрасли свободны, то есть не ограниченные какими-либо барьерами [1].

Понятие совершенной конкуренции связано с моделью равновесия, которая функционирует по заранее заданным ценам и объемами продукции. Это экономическая ситуация, при которой: производители и потребители не могут влиять на рыночную цену покупаемого или продаваемого товара; отсутствуют препятствия, которые ограничивают переход факторов производства от одного хозяйствующего субъекта к другому.

При данной модели рынка бесконечное число производителей предлагают потребителям однородную продукцию. При этом отсутствуют барьеры входа в отрасль, предприятия используют общую информацию о цене и аналогичные технологии производства продукции.

Есть ряд условий, при которых воз-

можно совершенная конкуренция, к ним относятся следующие:

– на рынке находится большое количество производителей и потребителей данного товара. Это означает, что никакая одна фирма не способна существенно воздействовать на рынок. Каждая фирма очень мала по сравнению с размерами всего рынка, и можно считать, что она имеет дело с совершенно эластичной линией спроса, т. е. может продавать по установленной рынком цене все, что производит. При таких обстоятельствах никто не сможет оказать влияние на рыночное равновесие, то есть никто не будет обладать рыночной властью;

– на рынке реализуется стандартизированная продукция. При данном обстоятельстве у потребителей не возникнут основания для предпочтения товара какого-либо конкретного предприятия, так как качество товара у всех производителей одинаковое;

– отдельный производитель не может оказывать влияние на рыночную цену в связи с существованием большого количества предприятий, производящих этот же товар. В условиях совершенной конкуренции предполагается, что каждый самостоятельный производитель вынужден согласиться с ценой, которую диктует рынок;

– на рынке отсутствует неценовая конкуренция, в связи с тем что качество товара одинаково у всех производителей;

– потребители имеют доступ к информации о ценах. Следовательно, если какой-либо производитель решит единолично повысить стоимость своей продукции, то он потеряет своих потребителей;

– производители на данном рынке не могут вступить в сговор и повысить цену на продукцию, так как их на данном рынке находится большое количество;

– любой производитель может вступить в данную отрасль и выйти из нее в любой момент, так как барьеры входа и выхода на рынок отсутствуют. Не возникает проблем с созданием и ликвидацией предприятий;

– незамедлительная реакция спроса и предложения на рыночные сигналы, что обеспечивает установление равновесия на рынке;

– существование рынка наличного товара, на котором производители и потреби-

тели встречаются в одно и то же время, в одном и том же месте;

– отсутствие издержек, связанных с совершением сделки между производителями и потребителями;

– сбивание цен как орудие конкуренции на рынке совершенной конкуренции исключается;

– предполагается отсутствие предпочтений пространственного, личного и временного характера. Рынки совершенной конкуренции имеют самую высокую степень независимости поведения производителей и потребителей [2].

В модели рынка совершенной конкуренции производители не имеют возможности оказывать влияние на цену, которая сложилась на рынке, путем изменения объемов производства. Это связано с тем, что их долевое участие в общем сегменте рынка стремится к нулю. В случае если производитель сократит объем производства и реализации, общее рыночное предложение на данном рынке это изменит ничтожно мало. Производитель вынужден продавать свой товар по цене, которая является единой для данного рынка. Кривая спроса на его продукт меняется эластично: если производитель установит цену выше рыночной, то спрос упадет до нуля. Если установленная цена окажется меньше рыночной, то спрос будет расти до бесконечности, однако закрепление такой цены невозможно из-за производственных затрат. Эластичный спрос так же не обозначает, что производитель имеет возможность увеличивать объем выпускаемой продукции по неизменной цене до бесконечности. Цена может оставаться постоянной до того момента, пока изменения в объеме производства отдельного продавца не окажут влияние на производство данной отрасли в целом [3].

Совершенная конкуренция есть идеальная модель рынка. Данная модель основана на теории, и в реальной жизни она не существует. Это связано с тем, что продукция различных производителей имеет свои отличия, и однозначно существуют барьеры входа и выхода из отраслей. В современной рыночной экономике есть некоторые рынки, на которых в приблизительном виде действует совершенная конкуренция, среди которых некоторые рынки сельскохозяй-

ственной продукции, также в среде мелких рыночных торговцев, строительных бригад, фотоателье, розничных ларьков.

Их объединяет приблизительная идентичность предложения, многочисленные конкуренты, мелкий масштаб бизнеса и необходимость работать по сложившейся цене – то есть на данных рынках воспроизводятся условия, которые присущи модели совершенной конкуренции. Борьба фирм за экономическое процветание и выживание – это экономический закон рыночного хозяйства. Это противостояние между производителями, между потребителями, среди производителей и потребителей. Производители хотят реализовать свою продукцию по максимально высокой цене, но в условиях конкурентной борьбы они вынуждены сбывать свой товар дешевле, с целью стимулирования покупательского спроса.

Среди потребителей в конкурентной борьбе выигрывает тот, кто покупает большее количество продукции или по наиболее высокой цене в сравнении с рыночной, несмотря на естественное желание потребителей приобретать какие-либо материальные блага по низкой цене. В противостоянии между производителями, которые стремятся реализовать свой товар подороже, и потребителями, которые стремятся приобрести товар подешевле, побеждают те, кто имеет возможность навязать выгодную для себя цену, кто более сплочен. Таким образом, рынок совершенной конкуренции – идеальная модель рынка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азрилиян А. Н. Новый экономический словарь. 10 000 терминов / А. Н. Азрилиян, О. М. Азрилиян, Е. В. Калашникова, О. В. Квардакова ; под ред. А. Н. Азрилияна. – М. : Ин-т нов. экономики, 2006. – 1083 с.
2. Левкина Е. В. Микроэкономика. – М. : Аллель, 2010. – 64 с.
3. Юданов А. Ю. Конкуренция. Теория и практика : учеб.-практ. пособие. – М. : Тандем : ГНОМ-ПРЕСС, 1998.

Валигурский Дмитрий Иванович, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой «Коммерция и технология торговли», АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. В. Волошиной, 12/30.

Гетц Александр Яковлевич, аспирант кафедры «Коммерция и технология торговли», АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. В. Волошиной, 12/30.

*Тел.: (495) 640-57-11
E-mail: dvaligurskiy@rucoop.ru*

PERFECT COMPETITION AS THE OPTIMAL MARKET MODEL

Valigursky Dmitriy Ivanovich, Dr. of Econ. Sci., Prof., head of “Commerce and technology of trade” department, “Russian university of cooperation” of Tsentrosoyuz of the Russian Federation. Russia.

Getz Aleksandr Yakovlevich, postgraduate student of “Commerce and technology of trade” department, “Russian university of cooperation” of Tsentrosoyuz of the Russian Federation. Russia.

Market is viewed as an organized structure which includes sellers and buyers, producers of goods (services) and their consumers, whose interaction leads to the establishment of market prices. The article examines perfect competition as the optimal market model.

Keywords: *market, competition, types of market structure, perfect competition, conditions of perfect competition, market model.*

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Н. С. ШАРАФУТДИНОВА

*ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Проведен анализ особенностей регионального рынка республики Татарстан. Обозначены актуальные направления развития и поддержания конкурентоспособности потребительского рынка, выявлены тенденции развития конкурентных рынков республики.

Ключевые слова: потребительский рынок, инфраструктура, конкурентоспособность, региональные особенности.

В современных условиях для поддержания уровня конкурентоспособности региона действия правительства республики Татарстан направлены на развитие инфраструктурной составляющей.

Основными инструментами инфраструктурного обеспечения являются Программы развития и поддержания конкурентоспособности ряда отраслей. Так, в Татарстане реализуется Долгосрочная программа «Развитие торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения в Республике Татарстан на 2013–2015 годы» [1], определяющая конкретные направления перспективного развития отдельных отраслей потребительского рынка (торговли, бытового обслуживания, сферы услуг), которые также могут стать исходной базой при выработке общей концепции регулирования потребительского рынка Республики Татарстан.

Одним из направлений реализации данной Программы является развитие инфраструктуры потребительского рынка в городах и селах.

Стоит отметить, что рынок республики Татарстан является инвестиционно-привлекательным. Учитывая рыночные тенденции в 2013 году на территории Республики Татарстан, введен в эксплуатацию технополис «Новая Тура», который предлагает комплекс услуг высокого уровня.

Функционирует крупный торговый комплекс ОАО «Агропромышленный парк «Казань». Особенностью работы данного торгового комплекса является то, что продукция реализуется местными товаропроизводителями. Реализация данного проекта направлена на поддержание конкурентоспособности местных сельскохозяйственных товаропроизводителей, фермеров, индивидуальных предпринимателей, которым созданы все необходимые условия для работы.

Введение в эксплуатацию торговых комплексов по реализации товаров местного производства направлено на пропорциональное изменение оборота розничной торговли. Так, в структуре оборота розничной торговли за анализируемый период количество непродовольственных товаров составило около 57,3%, соответственно продовольственных товаров – 42,7%.

Для поддержания уровня конкурентных рынков в соответствии с Программой усилия со стороны исполнительных органов направлены на повышение качества предоставляемых услуг питания и бытового обслуживания, популяризацию татарской национальной кухни, расширение ассортимента блюд и внедрение блюд татарской национальной кухни в меню ресторанов и кафе г. Казани.

С целью обеспечения гарантии качества предлагаемых товаров и услуг проводятся работы по подготовке и проведению сертифика-

ции услуг питания в добровольной Системе сертификации услуг.

Для повышения лояльности потребителей к торговым маркам местных производителей систематически проводятся конкурсы «Лучшие товары и услуги Республики Татарстан», «100 лучших товаров России». Данные действия направлены на поддержание конкурентных преимуществ местных товаропроизводителей на внутреннем рынке, а также возможности выхода на внешние рынки сбыта.

Для повышения конкурентоспособности предприятий с целью повышения качества продукции внедряется система менеджмента. В связи с этим на республиканских предприятиях проводится работа по внедрению международных стандартов ИСО серии 9000, 14000, 22000, ОНАС 18001, принципов ХАСПП.

Очевиден результат проводимых мероприятий для развития и поддержания конкурентных рынков республики Татарстан. Так, оборот общественного питания за 12 месяцев 2013 года составил 31,7 млрд руб., что на 13,6% больше, чем за соответствующий период 2012 года. Населению республики за рассматриваемый период оказано бытовых услуг на сумму 35,4 млрд руб., что составляет 107,6% к показателю 2012 г. [1]

Стоит обратить внимание на тот факт, что на 1 января 2014 г. в Республике Татарстан работают 48 розничных рынков, в том числе: универсальных – 9, специализированных – 9, из них сельскохозяйственных – 3, вещевых – 4, авторынков – 2. При этом общее количество торговых мест на рынках составило 16 320 ед. Уровень использования торговых мест – 90,38% [1].

С целью увеличения уровня товарооборота в Республике Татарстан реализуется проект «Создание Свияжского межрегионального мультимодального логистического центра (Республика Татарстан)» в рамках создания системы обслуживания маршрута «Европа – Западный Китай».

Введение в эксплуатацию данного проекта позволит не только увеличить товарооборот на внешних рынках сбыта, но и обеспечить необходимыми товарами население в труднодоступных и малонаселенных пунктах Республики.

Реализация основных направлений развития регионального рынка обусловлена и социальной направленностью. Так, увеличение

торговых площадей, введение в эксплуатацию логистического центра позволит увеличить количество рабочих мест. Созданные благоприятные условия работы способствуют повышению качества жизни населения Республики Татарстан.

Одним из инструментов развития и поддержания уровня конкурентоспособности потребительского рынка является эффективная организация работы Татарстанского УФАС России. Так, за анализируемый период проводился мониторинг товарных рынков, было возбуждено 18 дел по признакам нарушения статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции».

Для повышения уровня безопасности реализуемых потребительских товаров исполнительными органами осуществляется работа по сокращению объектов нестационарной торговли, в том числе в несанкционированных местах, выявлению коррупционных связей и соблюдению требований миграционного законодательства.

Таким образом, рыночные тенденции обуславливают динамичное развитие потребительского рынка, направлены на повышение уровня качества работы торговых компаний, предложений безопасных и высококачественных продуктов, повышение уровня конкурентоспособности местных товаропроизводителей [2].

ЛИТЕРАТУРА

1. Постановление КМ РТ от 03.12.2012 г. № 1055 «О внесении изменений в Долгосрочную целевую программу «Развитие торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения в Республике Татарстан на 2013–2015 годы».
2. Валеева Ю. С. Экономическая природа конкурентоспособности торговой отрасли в рыночной структуре региона // Актуальные проблемы экономики и права. – 2011. – № 2. – С. 56–60.

Шарафутдинова Наталья Сергеевна, канд. экон. наук, ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, Россия, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

Тел.: (843) 233-71-09

E-mail: natabell22@mail.ru

**SPECIFIC FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF REGIONAL MARKET OF CONSUMER
GOODS IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN**

*Sharafutdinova Natalia Sergeevna, Cand. of
Econ. Sci., Kazan (Volga) federal university. Russia.*

Keywords: *consumer market, infrastructure, com-
petitive ability, regional specific features.*

*The work analyzes the specific features of regional
market of the Republic of Tatarstan. It points out the topical
directions for developing and maintaining the competitive
ability of consumer market and uncovers the tendencies of
the development of competitive markets of the republic.*

К ВОПРОСУ О СЕРВИСЕ В ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Л. С. ПЕТРИК

ФГБОУ ВПО «Поволжская государственная академия
физической культуры, спорта и туризма»,
г. Казань, Республика Татарстан

Аннотация. Индустрия сервиса в настоящее время – это мощнейшая система хозяйства региона или туристского центра и, при условии их легальной работы, важная доходная составляющая бюджета и экономики дестинации (региона или страны).

Ключевые слова: сервис в туристской индустрии, обслуживание, гостеприимство, туризм, туристская дестинация.

*...как можно быстрее нужно решить вопрос
с нелегальными гостиницами и сомнительным сервисом.*

Дмитрий Медведев

Обслуживание (сервис) – самый важный элемент туризма. Нет обслуживания (сервиса) – нет туризма в дестинации. Это непреложное и жесткое требование экономики любого туристского региона или центра, жаждущего получения доходов от приема туристов и эксплуатации своих сервисных ресурсов [2].

В августе 2013 г. Президент РФ Владимир Путин поручил правительству совершенствовать туристический имидж России. «Принять меры по обеспечению защиты интересов Российской Федерации в целях улучшения в странах, формирующих основные туристические потоки, имиджа России как страны, благоприятной для туризма», – говорится в перечне поручений [3].

За последние 20 лет среднегодовые темпы роста числа туристских прибытий в мире составили 5,1%, валютных поступлений – 14%. Ежедневно международный туризм дает около 2,4 млрд долларов США [4].

Актуальность исследования состоит в том, что необходимость развития и совершенствования сервиса в Республике Татарстан как в туристской дестинации связана с проведением крупных спортивных мероприятий.

Целью исследования является изучение вопроса совершенствования сервиса как фактора развития туристской дестинации.

На работников сферы образования ложится серьезная проблема – подготовка высококвалифицированных специалистов, способных по всем правилам этикета встретить гостей, помочь им разместиться, организовать мероприятия, провести экскурсии, заинтересовать в повторном приезде в г. Казань и Республику Татарстан и одновременно развлечь большое количество спортсменов, болельщиков и гостей – зрителей республики и страны (табл. 1).

Исходя из данных таблицы 1, можно сделать вывод, что число туристов, путешествующих как на территории туристской дестинации своей страны, так и совершающих зарубежные туристские поездки, растет.

Во многих туристских дестинациях России гостиничного потенциала было недостаточно для размещения всего потока гостей, посетивших г. Казань летом 2013 года. Тогда на помощь пришли Деревня Универсиады, общежития вузов, санатории, hostels и, конечно же, нелегальные гостиничные фонды, в основном квартирного типа.

Следует подчеркнуть, что успехи многих стран в увеличении посещения гостями дестинации связаны, прежде всего, с проведением крупных международных событийных мероприятий и высоким уровнем сервиса. К ним относятся как спортивные, так и куль-

Таблица 1 – Численность туристов, обслуженных туристскими фирмами (тыс. человек)

	2005 г.			2012 г.			2013 г.		
	Всего	в том числе		Всего	в том числе		Всего	в том числе	
		граждане России (отправлено)	граждане других стран (принято)		граждане России (отправлено)	граждане других стран (принято)		граждане России (отправлено)	граждане других стран (принято)
Всего обслужено туристов	5 075	4 396	678	9 179,0	8 942,2	236,8	10 231,5	9 883,0	348,5
в том числе по странам:									
Россия	1 697	1 697	–	1 792,3	1 792,3	–	1 916,4	1 916,4	–
Страны СНГ	107,1	83,1	24,0	134,4	129,1	5,3	140,9	130,5	10,4
В том числе Украина	86,4	83,0	3,4	93,0	85,3	7,7
Страны Европы									
Австрия	26,0	18,5	7,4	40,1	38,7	1,4	44,1	42,5	1,6
Болгария	47,6	47,5	0,1	115,7	115,4	0,4	135,9	135,5	0,4
Греция	–	–	–	304,5	304,3	0,2	627,1	625,6	1,5
Испания	135,4	102,3	33,1	316,5	304,7	11,8	447,5	436,5	11,0
Италия	105,1	38,0	67,1	290,8	271,7	19,1	329,5	309,9	19,6
Страны Азии									
Израиль	5,5	3,1	2,4	40,2	37,7	2,5	54,1	52,1	2,0
Кипр	15,0	15,0	0,1	123,5	122,5	1,0	154,7	153,7	0,9
Китай	812,4	716,8	95,5	809,6	750,4	59,2	721,9	624,7	97,2

турные события, такие как Зимние и Летние Олимпийские Игры, Всемирные студенческие игры, чемпионаты мира по отдельным видам спорта, празднования годовщин известных городов, людей и многие другие публичные мероприятия.

Тот факт, что иностранные туристы стремятся к размещению в известных гостиницах, относящихся к международным сетям, привлек интерес к г. Казани таких серьезных гостиниц, как Kempinski, Marriot, Accor Group, Holiday Inn и др. И к настоящему времени открыты ряд отелей: Ibis Kazan Centre и Courtyard Marriott Kazan Kremlin.

Очевидным является и то, что потенциал сервиса, гостеприимства и туризма, имеющийся у республики и страны используется далеко не в полной мере, а создание условий для качественного отдыха на территории Республики Татарстан российских и иностранных граждан требует более активного проведения государственной политики и частных инициатив в сфере гостеприимства, в то время как Универсиада 2013 года, на наш взгляд, уже стала стартовой площадкой развития серви-

са и туризма в Республике Татарстан. Вопрос остается в том, как этот бизнес приблизить к легальному, высококвалифицированному и качественному, то есть соответствующему всем мировым стандартам качества оказания услуг.

В настоящее время в стране насчитывается более 6 тысяч гостиниц и около 10 тысяч средств размещения туристов, тогда как в 2004 году их насчитывалось только 4 тысячи, но до сих пор в г. Казани отсутствует обязательная классификация средств размещения (гостиниц, отелей, мотелей, хостелов, мини-отелей, пансионатов). В 2011 года эта процедура стала обязательной только для г. Сочи. На сегодняшний день она стартовала и в городах, в которых планируются международные спортивные соревнования.

В число таких городов вошла и Казань. Ситуация сложная, так как в большинстве своем туристские предпочтения зарубежных гостей связаны с высоким уровнем сервиса и разумным соотношением цены и качества предоставляемых услуг. Эти условия в настоящее время и в ближайшем будущем будут являться предпочтительными при выборе средств раз-

мещения гостями, что, конечно, должно учитываться и руководителями гостиничного бизнеса.

Что же можно сделать в области совершенствования процесса предоставления услуг сервиса и туризма? В первую очередь, это повышение профессионализма обслуживающего персонала гостиниц. Пути совершенствования качества обслуживания:

– улучшение качества посредством внесения изменений в листы-опросники (внесение такого вопроса как «Хотели бы Вы отметить кого-нибудь из сотрудников отеля?»); выявление изъянов и положительных сторон в работе отдельных служб гостиницы со стороны гостей;

– внедрение программы «кросс-тренинг»;

– введение мер по совершенствованию знаний иностранных языков у сотрудников обслуживающего персонала.

Конечно, каждому понятно, что внедрение таких стандартов может стоить достаточно дорого и очень затратно по времени, но игнорирование их выполнения может стоить намного дороже. Ведь снижение уровня сервиса, несомненно, приведет к снижению количества

туристов, посещающих дестинацию, что ведет к снижению доходов региона.

ЛИТЕРАТУРА

1. ГОСТ Р 51185-98 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования .
2. Биржаков М. Б. Введение в туризм : учебник. – СПб. : Герда, 2006. – 512 с.
3. Путин поручил улучшить туристический имидж России к 2014 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.baltinfo.ru/2013/08/01/Putin-poruchil-uluchshit-turisticheskii-imidzh-Rossii-k-2014-godu-370685>.
4. Стратегия развития 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kazan.dkvartal.ru/wiki/strategiya-razvitiya-2020#ixzz2jBSu8yCa>.

Петрик Людмила Сергеевна, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой «Сервис и туризм», ФГБОУ ВПО «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма»: Россия, 420138, Республика Татарстан, г. Казань, Деревня Универсиады, 35.

Тел.: (843) 294-90-02

E-mail: petrikls@mail.ru

ON THE PROBLEM OF SERVICE AT A TOURIST DESTINATION

Petrik Liudmila Sergeevna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., head of "Service and tourism" department, Volga State academy of physical culture, sport and tourism. Russia.

Keywords: *service in tourist industry, servicing, hospitality, tourism, tourist destination.*

Modern service industry is a powerful economic system of a region or tourist center and an important component of regional budget revenue and economy of a destination (region or country), provided its operation is legal.

КОРПОРАТИВНЫЕ И ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ ТИПЫ АГЕНТСКИХ СЕТЕЙ ТУРОПЕРАТОРОВ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АЛЬТЕРНАТИВЫ

*Н. В. ЕВСТАФЬЕВ, Э. Н. ЕВСТАФЬЕВ**

ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,

**ФГБОУ ВПО «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Рассматриваются современные тенденции в области формирования и развития сетей турагентов. Анализируются факторы, влияющие на осуществление стратегического выбора туроператорами между корпоративным и франчайзинговым типами агентских сетей для распределения своих туристских продуктов.

Ключевые слова: туроператор, турагент, корпоративная агентская сеть, франчайзинг.

Туристический рынок России в современных условиях стремительно развивается: интенсивно происходит процесс роста и диверсификация потребностей туристов, появляются все новые виды туристских продуктов, расширяется ассортимент их предложения [2, с. 180–181]. Все это прямым образом влияет на сбытовую политику туроператоров, вследствие чего их подходы к формированию и развитию агентских сетей претерпевают значительные изменения.

На начальном этапе своего существования многие крупные туроператоры России создавали собственные сети турагентов. А. В. Квартальнов отмечает, что в конце 1980-х – начале 1990-х годов первичным становится не коммерческий интерес в «настоящем», а запросы потребителя, обращение напрямую к конкретным группам потребителей, приобретение постоянной клиентуры. Именно это считалось тогда гарантией коммерческой стабильности фирмы в будущем. По этой причине наблюдалась тенденция к расширению собственной сети турагентов [3].

N. Evans и соавторы, рассматривая создание корпоративных агентских сетей как проявление стратегии «интеграции вперед», объясняют целесообразность такой рыночной стратегии тем, что она позволяет компании оказывать более целенаправленное и результа-

тивное воздействие на поведение и предпочтения потребителей [5, с. 394].

В настоящее время многие компании-туроператоры по-прежнему имеют склонность к прямым розничным продажам туристских продуктов, но для этого все реже создают самостоятельные дочерние турагентства, а предпочитают осуществлять продажи туров в розницу через интернет или офисы продаж, организационно входящие в структуру компаний.

Существенным препятствием на пути создания и расширения сетей корпоративных турагентов является то, что такая линия развития требует довольно больших затрат, что не под силу многим туроператорам. Если даже имеются необходимые средства, то туроператоры зачастую стараются вкладывать свои деньги не в дистрибуцию туристских продуктов, а в те сферы, в которых наиболее вероятно возникновение для них рисков ситуаций.

Основными для туроператоров считаются риски, связанные с организацией авиаперевозок и размещением туристов в гостиницах. С увеличением спроса на туристские продукты и услуги туроператоры сталкиваются с проблемой нехватки мест в чартерных авиарейсах, что ограничивает расширение их бизнеса. Не являются редкими и случаи ненадлежащего обслуживания туристов авиакомпаниями,

вследствие чего страдает репутация туроператоров как организаторов туров. Сегодня в российских средствах массовой информации в разгар туристского сезона привычными стали сообщения о задержках чартерных туристских рейсов, о скоплении сотен туристов по этой причине в аэропортах. Часто возникают нештатные ситуации и с отелями, когда туроператорам не удается зарезервировать необходимое для организации тура количество гостиничных мест определенного класса. Подобные риски могут быть исключены или, по крайней мере, сведены к минимуму, если туроператор обзаведется собственной чартерной авиакомпанией или гостиничной сетью. Таким образом, когда перед туроператором, обладающим достаточно большими инвестиционными возможностями, стоит дилемма «куда вкладывать средства» – в сферу поставок туристских услуг (авиакомпания, гостиницы и др.) или в расширение дистрибуции, то, скорее всего, он выберет первый вариант.

Однако на практике менеджеры отнюдь не всех компаний-туроператоров бывают реально озабочены проблемой выбора между интеграцией вперед и интеграцией назад, поскольку создание собственной сети отелей или авиакомпании требует таких крупных затрат, которые, как правило, намного превышают вложения, необходимые для формирования сетей корпоративных турагентов. В связи с этим, как считает J. Holloway, вложения в интеграцию вперед распространены более широко [6, с. 74]. Сравнительно небольшие туроператоры, не обладая достаточными средствами для интеграции назад, имеющиеся инвестиционные возможности могут использовать для интеграции вперед посредством формирования корпоративных турагентств, что почти всегда обеспечивает компании определенную выгоду. Вопрос только в том, насколько ощутимой является такая выгода по сравнению с другими, альтернативными, способами формирования агентских сетей.

Помимо препятствий финансового плана на пути создания корпоративных агентских сетей встают барьеры управленческой природы [1, с. 81]. Любая компания, как известно, может расширяться лишь до определенных пределов, при превышении которых эффект масштаба начинает перекрываться возрастающими издержками на управление организацией. В сфере туризма эта проблема усугубляется

под влиянием территориального фактора, поскольку в условиях насыщения рынка многим туроператорам приходится осуществлять экспансию во все более удаленные от мест нахождения центральных офисов регионы, что еще больше затрудняет управление крупными корпоративными сетями.

Снижение интереса компаний-туроператоров к созданию собственных агентских сетей в значительной мере объясняется появлением у них реальной альтернативы в виде франчайзинга. Использование франчайзинга позволяет туроператорам эффективно расширяться, не неся больших затрат на создание дочерних предприятий по розничной продаже туров. Немаловажно и то, что при использовании моделей франчайзинга туроператорам удается сохранять необходимый уровень контроля за входящими в сеть турагентами.

По результатам проведенных исследований можно сказать, что многих предпринимателей в сфере туристской розницы привлекает перспектива сотрудничества с туроператорами на принципах франчайзинга. Особенно привлекательной является франчайзинговая схема для тех потенциальных франчайзи, которые намерены начать агентский бизнес «на пустом месте», не имея необходимого опыта в данной сфере. L. Altinay и соавторы утверждают, что «франчайзинговое партнерство сводит к минимуму риск начало нового бизнеса и его дальнейшего продолжения» [4, с. 179].

По имеющимся данным, 40% розничного рынка туризма в развитых странах – компании, работающие по схеме франчайзинга.

В то же время было бы неправильно абсолютизировать стремление субъектов туристской розницы к франчайзингу. Турагенты проявляют интерес к покупке франшизы в основном у крупных туроператоров, обладающих доминирующими на рынке брендами. Что касается туроператоров с менее известными брендами, то предлагаемые ими франшизы далеко не во всех случаях находят адекватный отклик со стороны потенциальных и действующих турагентов.

Каждый отдельно взятый туроператор, исходя из сложившейся конкурентной ситуации, рыночной позиции партнеров-турагентов, уровня и структуры спроса на туристские продукты, а также собственных целей и возможностей, будет придерживаться при формировании и развитии агентских сетей либо

принципа централизации, либо децентрализации посредством использования инструментов франчайзинга. Методологические ориентиры, необходимые для обоснованного осуществления туроператорами такого выбора, должны быть разработаны дальнейшими исследованиями по данной проблематике.

ЛИТЕРАТУРА

1. Валеев И. Р. О некоторых предпосылках инновационного развития сферы сервиса // Проблемы и перспективы развития индустрии сервиса, торговли и общественного питания в современной России: материалы междунар. науч.-практ. конф. – М. : ООО «Издательский дом Центросоюза», 2014. – С. 78–82.
2. Евстафьев Э. Н., Евстафьев Н. В. Особенности дистрибуции туристских продуктов в современных условиях // Проблемы и перспективы развития индустрии сервиса, торговли и общественного питания в современной России : материалы междунар. науч.-практ. конф. – М. : ООО «Издательский дом Центросоюза», 2014. – С. 180–183.
3. Квартальнов А. В. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управ-

ления. – М. : Финансы и статистика, 1999 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov.htm.

4. Altinay L., Brookes M., Aktas G. Selecting franchise partners: Tourism franchisee approaches, processes and Criteria // Tourism Management. – 2013. – № 37. – P. 176–185.
5. Evans N., Campbell D., Stonehouse G. Strategic Management for Travel and Tourism. – Oxford : Butterworth-Heinemann, 2003.
6. Holloway J. C. The Business of Tourism. – 5th ed. – New York : Longman, 1998 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.businesspravo.ru/Docum/DocumShow_DocumID_33268.html.

Евстафьев Николай Васильевич, канд. экон. наук, доцент, ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, Россия, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

Евстафьев Эдуард Николаевич, канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма»: Россия, 420138, Республика Татарстан, г. Казань, Деревня Универсиады, 35.

Тел.: (843) 233-71-09

E-mail: nyevstafyev@gmail.com

CORPORATE AND FRANCHISING TYPES OF AGENT CHAINS OF TOUR OPERATORS AS STRATEGIC ALTERNATIVES

Evstafiev Nikolay Vasilievich, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan (Volga) federal university. Russia.

Evstafiev Eduard Nikolaevich, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Volga State academy of physical culture, sport and tourism. Russia.

Keywords: *tour operator, tourist agent, corporate agent chain, franchising.*

The study examines current tendencies in the sphere of formation and development of chains of tourist agencies. It analyzes the factors which influence the strategic choice tour operators make between the corporate and the franchising type of agent chains for distributing their tourist products.

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ СЕРВИСНЫХ УСЛУГ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

А. В. ПАВЛОВА

*ФГБОУ ВПО «Поволжская государственная академия
физической культуры, спорта и туризма»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению значимости качества оказываемых сервисных услуг в повышении эффективности деятельности торговой организации. В статье приведены результаты авторского исследования степени удовлетворенности покупателей качеством оказываемых сервисных услуг магазинов бытовой техники и электроники г. Казани.

Ключевые слова: сервисные услуги, торговая организация, оценка уровня удовлетворенности.

Очевидно, что современная торговля уже не сводится только к реализации товаров. Торговля включает целый комплекс разнообразных сервисных услуг, качество реализации которых составляет основу конкурентоспособности торговой организации. Особенно велика роль сервиса в отношении многочисленных видов высокотехнологичного оборудования, покупатели которого сопоставляют предложение исходя из полной стоимости приобретаемого изделия, включая условия его эксплуатации. Для таких товаров жизненно необходимы большие объемы предпродажного и послепродажного сервиса, информационных и различных консалтинговых сервисных услуг. Таким образом, объем и качество сервиса, привлекаемого для реализации товара, во многом обуславливает успех торгового предприятия на рынке, способствует увеличению объемов его продаж. Такая актуальность сервиса в розничной торговле обусловила выбор проблематики нашего исследования.

Сервисные услуги торговой организации принято делить на:

– во-первых, сервис совершения покупки, который подразумевает прием и исполнение заказа, что особенно актуально с учетом развития интернет-магазинов, упаковку и комплектацию товара, организацию доставки товара, реализацию товара в кредит и т. д.;

– во-вторых, информационно-консультационные услуги, включающие предостав-

ление информации о товаре и услугах, оказываемых магазином, проведение рекламной презентации товаров, демонстрация, дегустация товаров;

– в-третьих, услуги по созданию удобств покупателям, а именно организация мест отдыха, предоставление услуг детской комнаты, организация хранения купленного товара и вещей покупателей, организация питания покупателей, организация парковки автомашин покупателей;

– в-четвертых, послепродажное сопровождение и обслуживание [4].

Необходимо признать, что рынок услуг не похож на рынок товаров, главным образом по двум причинам.

Во-первых, услуга не существует до ее предоставления. Соответственно, сравнить и оценить услугу до момента ее получения нельзя, возможно сравнить только ожидаемые выгоды и полученные.

Во-вторых, услугам присуща высокая степень неопределенности, что ставит покупателя в невыгодное положение, а для продавца затрудняет продвижение услуг на рынок.

Вообще говоря о сервисе в торговле, стоит пояснить, что именно мы понимаем под термином «сервис». По нашему мнению, сервис торговой организации представляет собой весь комплекс услуг, затрагивающих предпродажную подготовку, сбыт и послепродажное сопровождение реализуемого товара.

Значимость перечня и качества оказываемых услуг в торговле подтверждается многочисленными исследованиями. Результаты исследований поведения покупателей, которые проводили в США и Великобритании в 2010–2011 годах, показали, что фактор «техническое обслуживание» занимает первое место среди критериев выбора поставщиков. Другое анкетирование, проведенное в 2011 году в США среди 4800 пользователей вычислительной техники, конторского, медицинского и производственного оборудования показал, что надежность и производительность являются самыми главными критериями выбора продукции, а непосредственно за ними, следует эффективность послепродажного обслуживания [1].

Важность такого вида услуг как предпродажное и послепродажное обслуживание для потребителя очень велико. Зачастую покупая товар, например, посудомоечную машину, потребитель не может доставить его домой самостоятельно и возлагает определенные надежды на сервисную службу магазина, где был приобретен товар. Эта служба может доставить покупку до места назначения, установить и подключить его, предварительно проинструктировав о том, как использовать покупку и что делать в случае поломки.

В таких отношениях между покупателем и продавцом существует взаимная заинтересованность. Фирме, предлагающей широкий ассортимент послепродажных услуг, гарантирован постоянный покупатель на протяжении всего того времени, в течение которого эта фирма будет осуществлять политику, направленную на удовлетворение потребительских запросов.

Согласно различным опросам, большинство покупателей отдает предпочтение тем технически сложным товарам, с приобретением которых у них возникает чувство безопасности за их работу, ремонт и обслуживание. Как правило цена товара с гарантийным обслуживанием возрастает не более чем на 7–8% процентов, что практически не ощутимо для покупателя. Зато для него появляется гарантия того, что купленный товар в случае поломки не вызывает у него дополнительных затрат и неудобств [3].

С целью, во-первых, подтвердить высокий уровень интереса потребителей к сервисным услугам торговых организаций, а

во-вторых, определить уровень удовлетворенности потребителей г. Казани сервисными услугами торговых организаций, нами был проведен опрос 1 500 потребителей бытовой техники. Для анализа было отобрано 1 200 анкет, в которых отражен социально-демографический статус респондентов, а также заданы вопросы, позволяющие судить об осведомленности и удовлетворенности сервисными услугами, оказываемыми в магазинах бытовой техники и электроники города.

Полученные данные были нами обработаны и проанализированы с помощью программы по статистической обработке данных SPSS V18.0.

Статистический анализ проведен с использованием нескольких методик и коэффициентов:

- 1) анализ одномерных распределений;
- 2) корреляционный анализ, основанный на рассмотрении:
 - статистического показателя Хи-квадрат Пирсона, учитывающего число степеней свободы и минимальное ожидаемое число наблюдений в клетках таблицы;
 - вероятности теоретического распределения данных (p);
 - показателей силы и направленности связей между переменными (ПСО).
- 3) сравнение средних по рядам распределений.

На первом этапе проведения статистического анализа нами были изучены таблицы одномерного распределения данных. Для уточнения полученных результатов, а также для более глубокого исследования первичных данных, как известно, применяют корреляционный анализ, который предполагает рассмотрение таблиц сопряженности двух и более переменных. При этом используются несколько коэффициентов:

– критерий Хи-квадрат Пирсона, определяющий достоверность исходной модели (нулевой гипотезы о независимости двух переменных в таблице сопряженности). Хи-квадрат сравнивает ожидаемые и реальные значения этих переменных в каждой клетке таблицы. Для проверки этой разницы используют число степеней свободы (df);

– коэффициент p (significan) – это вероятность теоретического распределения, или наблюдаемый уровень значимости. Если $p < 0,05$, то нулевая гипотеза отвергается, дока-

зывая тем самым наличие взаимосвязи между двумя переменными. В случае когда $p = 0,00$, можно говорить о полной их взаимосвязи.

Немаловажным условием наличия взаимосвязей переменных в таблице сопряженности должна быть максимальная ее заполненность: она не должна содержать пустых клеток, а клеток с ожидаемыми значениями меньше 5 должно быть не более 20%.

Приведенные стандартизованные остатки (ПСО) позволяют судить о силе и направленности связи между переменными в таблице сопряженности. Данные клеток таблицы с остатками больше +2 показывают, что наблюдений в этой клетке достаточно, чтобы говорить о сильной связи между переменными; остатки меньше -2 указывают на сильную обратную связь (наблюдений в клетке мало). Это означает, что значимыми для статистического анализа являются только те процентные распределения данных, которые соответствуют приведенным стандартизованным остаткам меньше -2 и больше +2.

Социально-демографические характеристики респондентов, отражены на рисунках 1 и 2.

На рисунке 2 мы приводим данные об уровне доходов наших респондентов.

На диаграмме (рис. 3) представлена структура респондентов по социальному положению, которая позволит нам дополнить портрет респондентов, принявших участие в опросе.

Наше исследование показало, что большинство респондентов, а именно 76,2% опрошенных, посещают более одного магазина при выборе бытовой техники или хотя бы проводят сравнение предложений при помощи ресурсов сети Internet, оценивая, в числе прочего, комплекс предоставляемых сервисных услуг.

В таблице 1 нами представлены результаты ответов, иллюстрирующих отношение респондентов к услугам, оказываемым торговыми организациями.

Как видно из приведенных данных, 61,8% ответивших считают, что качество кон-

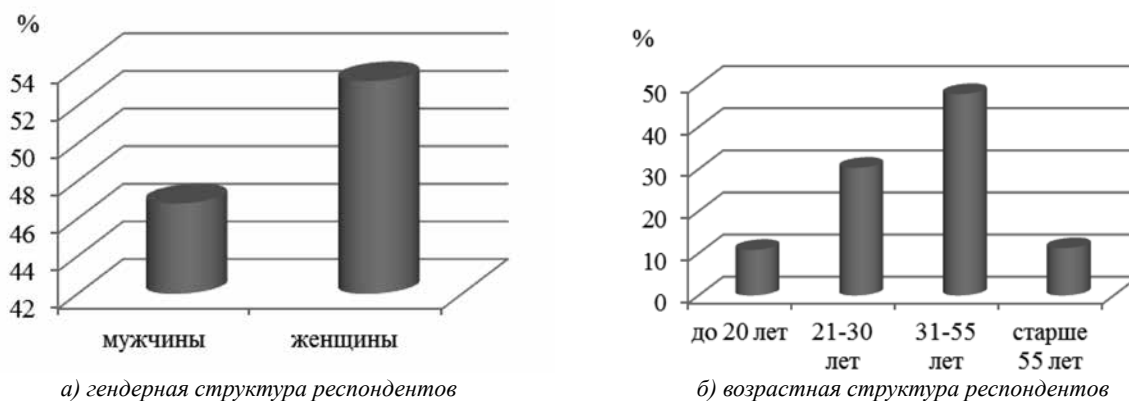


Рисунок 1. Половозрастная структура респондентов, принявших участие в опросе

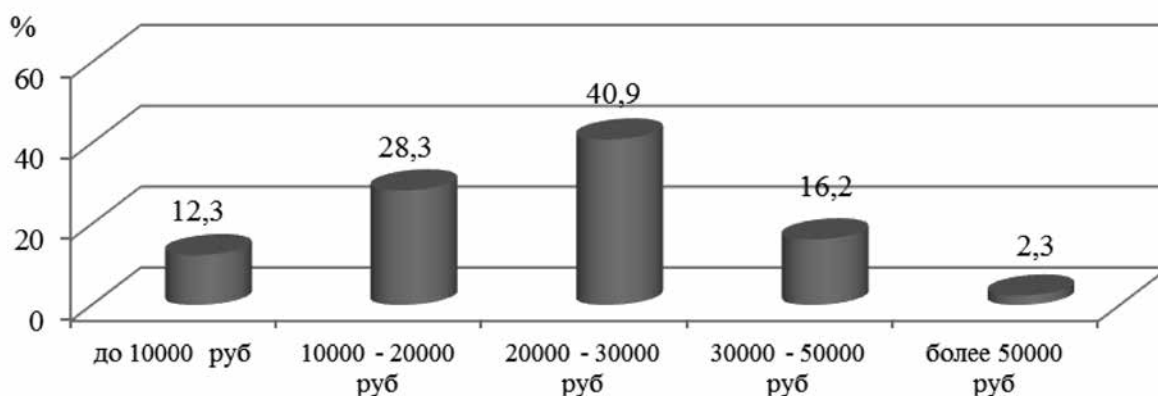


Рисунок 2. Распределение респондентов по уровню ежемесячного совокупного дохода, %



Рисунок 3. Социальное положение респондентов, принявших участие в опросе, %

Таблица 1 – Распределение респондентов при оценке уровня оказываемых услуг в магазинах бытовой техники и электроники в г. Казань*

	Качество консультаций в торговом зале	Качество обслуживания (упаковка, проверка, оформление документов)	Удобство совершения покупок	Качество обслуживания сервисного центра	Широта перечня послепродажных услуг
Высокий уровень	38,2	34,7	72,6	47,3	58,9
Невысокий уровень	61,8	65,3	27,4	52,7	41,1
Всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

* Указаны процентные распределения от количества ответивших респондентов.

сультаций в торговом зале находится на невысоком уровне, качество обслуживания, включающее упаковку, проверку и т. д., также от 65,3% респондентов получило оценку «невысокий уровень». Качество обслуживания в сервисных центрах магазинов бытовой техники и электроники в г. Казани 52,7% респондентов было оценено невысоко. Высокой оценки удостоились такие критерии сравнения как «удобство совершения покупок» и «широта перечня послепродажных услуг», 72,6 и 58,9% соответственно. Однако, необходимо отметить, что такой критерий как «удобство совершения покупок», подразумевает транспортную развязку, наличие парковочных мест, сопутствующих услуг (питание, услуги общественного туалета, камеры хранения и т. п.), как правило, все это обеспечивает торговый центр, выступающий арендодателем, а не сами магазины бытовой техники и электроники.

Итак, со значением «невысокий уровень» респонденты оценили те критерии, которые напрямую зависят от самих магазинов, а соответственно у торговых организаций есть серьезный задел по повышению качества оказываемых услуг. И тот, кто быстрее обратит внимание именно на эту сторону продаж, имеет возможность значительно упрочить свою конкурентоспособность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ионова Г. О. Бизнес-моделирование по результатам экспертных и потребительских оценок в сфере розничной торговли // Вестник Академии. – 2013. – № 4. – С. 45–49.
2. Крамаренко Е. А. Природа и особенности покупательского сервиса в розничной тор-

-
- говле // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2009. – № 4-2. – С. 224–230.
3. Чернышева О. В. Совершенствование управления конкурентоспособностью торгового предприятия в условиях сервисно-ориентированной экономики // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. – 2010. – № 5(69). – С. 126–129.
4. Шляпина Ю. В. Сущность сервисных услуг и их классификация // Инновационное образование и экономика. – 2009. – № 4. – С. 82–85.

Павлова Аделия Вадимовна, д-р экон. наук, профессор, ФГБОУ ВПО «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма»: Россия, 420138, Республика Татарстан, г. Казань, деревня Универсиады, 35.

*Тел.: (917) 296-95-29
E-mail: 930895@list.ru*

ANALYSIS OF THE CONDITION OF SERVICES OF TRADE ORGANIZATIONS

Pavlova Adelia Vadimovna, Dr. of Econ. Sci., Prof., Volga State academy of physical culture, sport and tourism. Russia.

Keywords: *services, trade organization, assessing the level of satisfaction.*

The work is devoted to examining the importance of services quality in increasing the efficiency of trade organization operation. The article gives the results of the author's research into the level of customers' satisfaction with the quality of services provided by household equipment and electronics stores in Kazan.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СЕРВИСА И СФЕРЫ УСЛУГ В МИРОВОЙ И РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

О. А. ШИПШОВА, Ф. А. МУХАМЕТШИНА

*Казанский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет
им. Г. В. Плеханова»*

г. Казань, Республика Татарстан

Аннотация. В статье раскрываются современные тенденции развития сферы услуг и ее роль в экономике России и западных стран. Авторами выявляются специфические особенности, отличающие сферу услуг от материального производства. На основе статистических данных проводится анализ современного состояния сферы услуг в национальной экономике.

Ключевые слова: сфера услуг, сервисная деятельность, технологический уклад, постиндустриальная экономика, экспорт и импорт услуг, посредничество.

В современных условиях становления глобальной экономики, основанной на высокотехнологичных способах производства, страны и целые регионы мира все более прочно связываются друг с другом посредством торговли, финансовых потоков, новейших коммуникационных систем, Интернета, других видов услуг. Практически во всех странах мира доля сферы услуг в общественном производстве растет, а доля сферы материального производства сокращается. При этом статистика свидетельствует, что чем выше доля сферы услуг, тем выше уровень экономического развития страны. Сфера услуг представляет собой одну из важнейших областей общественной жизни, оказывающей значительное влияние на все стороны человеческой деятельности. Развитие сервисной деятельности и спрос на услуги основываются на росте промышленного производства и повышении покупательной способности населения.

Сектор услуг – один из новых терминов, который представляет собой воспроизводство разнообразных видов услуг, оказываемых предприятиями, организациями, а также физическими лицами. Интенсивное развитие сферы услуг и сервиса началось во второй половине XX в., и характеризуется переходом к постиндустриальному экономическому укладу. В условиях эволюции человеческого общества, наращивания

научно-технического и интеллектуального потенциала сектор услуг все интенсивнее увеличивает темпы своего развития и становится важной отраслью народного хозяйства практически во всех странах мира. Это связано с тем, что основные нерешенные проблемы в современном обществе находятся в основном в сфере сервисного обслуживания и управления техникой, организации и распределении готовой продукции, некоторых других сегментах данного рынка.

В постиндустриальной экономике особую ценность приобретает интеллектуальный человеческий труд и инновационный подход к организации жизнедеятельности людей. Разделение различных видов интеллектуального труда приводит к появлению большого количества специальностей и профессий, требующих высокой научной подготовки, огромного числа рабочих вакансий, высокой степени интеграции совместных человеческих усилий, что в конечном итоге ведет к росту общественного благосостояния. Вышеназванные тенденции имеют прямое отношение к сфере сервиса, услуг и управления, что обуславливает ее неуклонное интенсивное развитие относительно других, более давних сфер трудовой деятельности человека – промышленного производства и сельского хозяйства. Еще одним фактором, оказывающим влияние на преимущественное развитие сферы услуг, является то, что

для нее характерны более высокие прибыли и более быстрый оборот капитала, чем для промышленного и, тем более, сельскохозяйственного секторов экономики. Это приводит к тому, что перечень сервисных услуг постоянно увеличивается и занимает все больший удельный вес в валовом национальном продукте развитых стран [1].

В настоящее время во всем мире, в том числе в России, наблюдается устойчивая тенденция повышения роли услуг, причем рост сферы услуг и сервисной деятельности значительно опережает рост материального производства. По данным статистики, более 20% мировой торговли приходится на международную торговлю услугами. Сфера услуг представляет собой крупнейший сектор мирового хозяйства: на нее приходится около 70% мирового ВВП (что значительно больше доли товарной торговли), а также – 75% общей численности занятых. Вместе с тем она способствует росту автоматизации и технической оснащенности трудовых процессов, внедрению инновационных, более совершенных технологий и т. д. [2]. В целом, данная тенденция присутствует и оценивается положительно во всех странах мира. В мировой экономике бурный рост объемов и направлений предоставляемых услуг в основном приходится на инновационную сферу.

Повышение роли сервиса, сферы услуг и управления в национальной экономике многих стран мира не прошло бесследно: более 40% размещенных в мире прямых иностранных инвестиций вложено в сферу услуг (в основном это торговля, банковские услуги, страхование и др.).

За последние десятилетия структура международной торговли услугами претерпела существенные изменения. Доминирующее положение в этой сфере занимают такие промышленно развитые страны, как США, Канада, Германия, Швейцария, Швеция, а также Япония и Южная Корея, предоставляющие преимущественно финансовые, телекоммуникационные, информационные, образовательные и медицинские услуги. В настоящее время более 50% мировой торговли услугами приходится на долю этих стран. Вместе с тем удельный вес развивающихся стран в мировой торговле услугами на порядок меньше, при этом, существенно отличается и спектр предоставляемых услуг – это

в основном туристские, транспортные и финансовые (оффшорные) услуги. Необходимо отметить, что особенностью экспорта и импорта услуг является то, что результаты их предоставления (даже в материальном виде) не пересекают таможенную границу стран, в связи с этим при мировой торговле услугами отсутствуют таможенные пошлины, а экспорт и импорт услуг осуществляются путем открытия филиалов предприятий – исполнителей услуг в других странах.

Что касается развития данной отрасли в отечественной экономике, то необходимо отметить, что в России ее значение стало заметно проявляться только с переходом к системе хозяйствования. В условиях административно-командной системы сфера услуг и сервиса как отрасль национальной экономики всегда оставалась на вторых ролях, не являясь приоритетной. Медленные темпы ее развития были обоснованы тем, что основной целью развития экономики СССР было наращивание материального производства, а объем выпуска товарной продукции считался основным критерием эффективности хозяйствования.

Ситуация в развитии сферы услуг в России несколько изменилась сравнительно недавно, однако и на сегодняшний день позиции России на мировом рынке услуг не очень устойчивы (по данным центра стратегических исследований) [3]. Мы входим в тридцатку крупных стран – участниц международной торговли услугами, но продолжаем оставаться нетто – импортером услуг. В настоящее время на долю России приходится только 1,4% мирового импорта услуг и 1,0% мирового экспорта. В сервисе и в сфере услуг России в сейчас занято около 26 млн чел., что составляет 38% от численности работающих. При этом наибольший удельный вес занятых наблюдается в транспортной сфере, что нетипично для развитых стран. Вместе с тем для иностранных компаний российский рынок услуг является достаточно привлекательным, прибыльным, но и сложным одновременно из-за нестабильности экономики, сильной региональной дифференциации, особенностей потребительских предпочтений [2].

Как было сказано выше, на международном рынке услуг Россия пока не является сильным игроком ни в области импор-

та услуг, ни в области их экспорта. Однако, Россия представляет интерес для зарубежных инвесторов в области оказания таких услуг, как посреднические, аудиторские, консалтинговые, туристские, общественно-питания, торговый и гостиничный сервис, реклама и образование.

В современных условиях обострения конкуренции на мировых и национальных рынках услуг все более значительную роль играет высокоэффективная служба сервиса, способная предложить клиентам широкий набор качественных услуг как в предпродажный, так и в послепродажный период. Хорошо продуманная, отлаженная организация службы сервиса позволяет предприятиям не только улучшить экономические показатели, но и привлечь новых покупателей, что в итоге повышает конкурентоспособность фирмы.

В сервисной экономике большое значение приобретает необходимость установления доверительных диалоговых взаимоотношений с потребителями и клиентами, направленных на максимальное удовлетворение спроса на услуги. Спрос на услуги растет даже при сокращении развития промышленного производства. В России сфера услуг становится одним из наиболее развивающихся секторов национальной экономики, одним из факторов, влияющим на активизацию инновационной деятельности. Особенность современной экономики России такова, что более быстрыми темпами расширяется спектр услуг, направленных на повышение эффективности производственно-коммерческих и сбытовых операций. К ним относят услуги правового характера, информационно-аналитические, в том числе маркетинговые и логистические, аутсорсинговые, услуги банков и т. д. Таким образом, отечественная сфера услуг выходит на новый уровень и играет огромную роль в инновационном развитии общества.

Сфера услуг развивается по законам рыночной экономики и является разновидностью товарного рынка, но вместе с тем имеет ряд особенностей, что требует иного подхода к ведению предпринимательской и маркетинговой деятельности, призванной обеспечить удовлетворение спроса на услуги. Отличительными чертами ведения бизнеса в сфере услуг, в отличие от материального производства, являются [2]:

– большая изменчивость и динамичность рыночных процессов;

– территориальная дифференциация и сегментация (формы предоставления услуг, спрос и условия функционирования предприятий услуг зависят от характеристик территории, охваченной конкретным рынком);

– высокая скорость оборота капитала является одним из основных преимуществ бизнеса в сфере услуг, вследствие более короткого производственного цикла;

– более высокая гибкость и чувствительность к изменению рыночной конъюнктуры;

– невозможностью хранения, складирования и транспортировки услуг, а также временное и пространственное совпадение их производства и потребления;

– особая технология процесса оказания услуг, заключающаяся в личном контакте производителя и потребителя, что, с одной стороны, создает условия для расширения коммуникативных связей, а с другой – увеличивает требования к профессионально-квалификационным качествам, опыту, этике и общей культуре производителя;

– высокая степень разнообразия и дифференциации услуг, вызванная тем, что изменение структуры спроса обуславливает появление новых, нестандартных инновационных услуг;

– непредсказуемость и неопределенность результата деятельности по оказанию услуг возникает в связи с тем, что окончательная оценка результата возможна только после потребления услуги.

Таким образом, анализ масштабов, структуры, тенденций и факторов, проявляющихся в экономике развитых стран, в том числе и в России, позволяет говорить о том, что прослеживается устойчивая тенденция опережающего развития сферы услуг и сервиса над материальным производством, что оказывает позитивное влияние на изменения в структуре национальной экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пациорковский В. В. Рынок потребительских услуг : М. : ИСЭПН РАН, 2006. – 201 с.
2. Шипшова О. А., Балаганина Я. А., Кузьмин М. С. Развитие сферы услуг в

современной экономике : Казань : РИЦ Школа, 2014. – 160 с.

3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csr.ru/>.

Шипшова Ольга Александровна, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой «Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг», Казанский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова»: Россия,

420111 Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 25/22.

Мухаметишина ФаридА Анасовна, канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева – КАИ»: Россия, 420111, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Карла Маркса, 10.

Тел.: (843) 292-78-25

E-mail: os69@bk.ru

SPECIFIC FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF SERVICE AND SERVICE SPHERE IN WORLD AND RUSSIAN ECONOMY

Shipshova Olga Aleksandrovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., head of “Commercial activity in the market of goods and services” department, Kazan branch of Russian economics university named after G. V. Plekhanov. Russia.

Mukhametshina Farida Anasovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan national research technical university named after A. N. Tupolev – KAI. Russia.

Keywords: service sphere, service activity, technological pattern, post-industrial economy, export and import of services, mediation.

The article determines the modern trends of service sphere development and its role in the economy of Russia and Western countries. The authors uncover the specific features which distinguish service sphere from material production. Based on statistical data, the work carries out the analysis of current condition of service sphere in national economy.

АНАЛИЗ РЕГИОНОВ ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА ПО УРОВНЮ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МНОГОМЕРНОЙ КЛАССИФИКАЦИИ

*Ю. В. ГНЕЗДОВА, В. М. ЛАВРУШИН**

ФГБОУ ВПО «Смоленский государственный университет»

**Смоленский филиал (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации
«Российский университет кооперации»,
г. Смоленск*

Аннотация. В статье рассмотрены ключевые моменты реализации задачи классификации объектов, осуществляемой методами многомерного кластерного анализа, преимущество которого заключается в том, что он позволяет осуществлять разбиение исследуемых объектов не по одному параметру, а по целой совокупности признаков и не накладывает ограничений на вид наблюдаемых объектов.

Ключевые слова: многомерная классификация, кластерный анализ, кластеры, энергоэффективность, энергосбережение.

В современных условиях для комплексного исследования текущего состояния и перспектив развития процессов энергосбережения в отечественной экономике отдельный научный и практический интерес представляет многомерная классификация административно-территориальных образований Российской Федерации по уровню энергетической эффективности, которая дает возможность отчетливо обнаруживать и количественно описывать закономерности формирования и распределения энергосберегающих технологий, а значит, более обоснованно подходить к разработке мер по поддержке программ энергосбережения в бюджетных организациях на региональном и муниципальном уровнях.

Реализация задачи классификации объектов осуществляется методами многомерного кластерного анализа, преимущество которого заключается в том, что он позволяет осуществлять разбиение исследуемых объектов не по одному параметру, а по целой совокупности признаков и не накладывает ограничений на вид наблюдаемых объектов, позволяя рассматривать множество исходных данных практически произвольного характера. Это особенно важно при наличии неоднородных показателей, затрудняющих применение традиционных методов классификации [1, с. 143].

Основной задачей кластеризации является разбиение совокупности исследуемых объектов на качественно однородные группы объектов, которые называются кластерами. В процессе кластеризации распределение множества исследуемых объектов производится по предварительно неопределенным кластерам. Важным является то обстоятельство, что размещение исследуемых объектов по отдельным кластерам происходит при одновременном их определении. Формирование кластеров и распределение по ним множества объектов находит воплощение в финальной модели данных, являющейся решением задачи кластеризации объектов [2, с. 150].

В процессе проведения кластерного анализа важнейшим практическим вопросом, от которого в значительной степени зависит результат классификации, является научное обоснование необходимого количества кластеров. В отдельных случаях число образуемых кластеров определяется до проведения исследования. Тем не менее численность кластеров в общем случае устанавливается в ходе непосредственного распределения множества объектов на кластеры [3, с. 39].

Данные методы многомерной кластеризации объектов можно объединить в две основные группы: иерархические (деревообразные) методы и неиерархические методы.

Иерархические алгоритмы кластерного анализа подразделяются на агломеративные и дивизимные процедуры. В агломеративных процедурах начальным является разбиение, состоящее из множества одноэлементных классов, конечным – из одного класса. Дивизимные кластерные процедуры предусматривают обратную последовательность классификации [4, с. 251].

Иерархический алгоритм предусматривает графическое изображение результатов кластеризации объектов в виде дендрограммы, которая наглядно представляет последовательность формирования кластеров. Значительным недостатком иерархических методов кластеризации исследуемых объектов является сложность их вычислительной реализации. Вследствие этого кластерный анализ при большом количестве наблюдений осуществляется исключительно посредством применения современных компьютерных технологий. В целях выявления и исследования совокупности регионов центрального федерального округа, аналогичных по уровню энергетической эффективности, осуществим кластеризацию территориальных образований по основным показателям государственной информационной системы.

В региональном разрезе государственная информационная система в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности включает следующие блоки показателей:

- энергетические обследования;
- программы и мероприятия;
- приборы учета;
- снижение энергоёмкости ВРП;
- предоставление отчетности в государственную информационную систему;
- регулируемые организации;
- отпуск ресурсов по группам потребителей;
- потребление ресурсов по группам потребителей;
- темп изменения производства ресурсов в субъекте РФ.

Необходимо отметить, что недостаточная и несвоевременная наполняемость государственной информационной системы не позволяет проводить комплексные исследования по всем важнейшим показателям энергосбережения и энергетической эффективности. Кроме того, в значительной степени теряется

актуальность информации при разработке и реализации мероприятий по поддержке программ энергосбережения в бюджетных организациях на региональном и муниципальном уровнях. Качественный предварительный анализ позволил обнаружить и исключить из дальнейшего рассмотрения переменные, которые вносят незначительный вклад в процесс кластеризации, и тем самым сократить число признаков.

В результате сформированы группы показателей энергосбережения и повышения энергетической эффективности в бюджетной сфере:

- энергоёмкость валового регионального продукта;
- количество бюджетных учреждений;
- количество муниципальных учреждений;
- удельный вес приборов учета электрической и тепловой энергии в бюджетной сфере и жилищно-коммунальном хозяйстве.

Кластеризацию регионов целесообразно производить с использованием распространенного программного пакета анализа данных STATISTICA, в распоряжении которого имеются внушительные вычислительные и графические возможности.

Перед началом кластеризации исходные данные стандартизируются посредством поэлементного вычитания среднего и деления на среднеквадратическое отклонение признака [5, с. 186]. Подобное преобразование трансформирует первоначальные значения во множество сопоставимых элементов из распределения с нулевым средним значением и единичным стандартным отклонением.

В современных научных исследованиях стандартизация является достаточно распространенной процедурой, поскольку значительно упрощает алгоритм сопоставления обследуемых переменных.

Стандартизированные показатели энергосбережения и энергетической эффективности регионов центрального федерального округа по результатам 2013 г. представлены в таблице 1.

В настоящее время при решении задач многомерной кластеризации объектов активно используются неиерархические методы. Среди неиерархических алгоритмов многомерной кластеризации наиболее востребованным считается метод *k*-средних, при котором

Таблица 1 – Стандартизированные показатели энергосбережения и энергетической эффективности регионов

Регион	Энергоемкость ВРП	Количество бюджетных учреждений	Количество муниципальных учреждений	Удельный вес приборов учета			
				БУ ЭЭ	БУ ТЭ	ЖКХ ЭЭ	ЖКХ ТЭ
Белгородская обл.	-0,09	-0,35	-0,22	1,40	1,23	-1,63	-0,53
Брянская обл.	0,20	-0,03	0,01	-0,40	-0,10	-1,09	-0,44
Владимирская обл.	0,70	-0,39	-0,19	0,67	0,94	0,92	0,11
Воронежская обл.	-0,36	0,18	0,22	-1,88	-1,09	-1,00	0,50
Ивановская обл.	0,55	-0,60	-0,58	0,63	-0,58	0,53	-0,89
Калужская обл.	-0,97	-0,45	-0,42	-1,19	-0,74	-0,90	0,17
Костромская обл.	-0,28	-0,56	-0,58	-0,63	-0,11	0,53	0,47
Курская обл.	-0,14	0,01	0,44	-0,85	0,83	0,88	-0,06
Липецкая обл.	2,99	-0,56	1,96	-0,40	-0,10	-0,54	1,37
Московская обл.	-0,82	3,16	3,00	1,40	-2,04	0,22	-1,02
Орловская обл.	-0,28	-0,71	-0,65	-0,21	0,54	1,27	-0,98
Рязанская обл.	0,48	-0,26	-0,29	-1,13	0,56	-0,23	-0,43
Смоленская обл.	-0,16	-0,52	-0,50	-0,73	0,60	-1,15	0,04
Тамбовская обл.	-0,46	-0,50	-0,62	1,29	0,65	-1,21	-0,82
Тверская обл.	-0,47	0,10	0,13	1,03	0,36	1,56	0,52
Тульская обл.	0,80	-0,12	-0,08	-0,40	-2,27	0,11	-0,74
Ярославская обл.	0,29	-0,45	-0,33	0,45	0,89	0,40	-0,35
г. Москва	-1,97	2,04	-1,30	0,96	0,45	1,33	3,09

объект относится к тому кластеру, расстояние до которого наименьшее. К достоинствам метода можно отнести простоту и быстроту его реализации, прозрачность алгоритма при высоком качестве результата.

При практической реализации алгоритма предварительно выдвигается гипотеза относительно предполагаемого количества образуемых кластеров. Данная гипотеза может быть выработана на основе теоретических положений, результатов предыдущих или похожих научных исследований, мнений экспертов. Кластеризацию обыкновенно начинают с процесса разделения изучаемой совокупности объектов на две группы. Впоследствии численность кластеров неизменно увеличивают до образования удовлетворительной кластерной структуры. Совершая последовательное разбиение исследуемой совокупности объектов на всевозможное количество отдельных кластеров, исследователь может получить количественную характеристику и сопоставить качество принимаемых решений.

Проведение дисперсионного анализа предоставляет возможность получить наиболее

объективную количественную характеристику качества многомерной кластеризации. По результатам дисперсионного анализа рассчитываются величины межгрупповых и внутригрупповых дисперсий исследуемых признаков, значение F-статистики, уровень значимости. Чем больше значение межгрупповой дисперсии признака и меньше значение внутригрупповой дисперсии, тем лучше признак характеризует принадлежность объектов к определенному кластеру, и, следовательно, качественнее кластеризация [6, с. 250].

Помимо этого, оптимальной кластеризации соответствуют большие величины F-критерия и меньшие величины уровня значимости. Признаки с большим уровнем значимости, обычно превышающим величину 0,05, как правило, исключаются из процедуры кластеризации.

Итоги дисперсионного анализа, показанные в таблице 2, позволяют сделать вывод, что разбиение исследуемой совокупности на четыре кластера близко к оптимальному. Межгрупповые дисперсии при такой кластеризации превышают внутригрупповые дис-

Таблица 2 – Результаты дисперсионного анализа

Показатель	Межгрупповая дисперсия	Внутригрупповая дисперсия	F-статистика	Уровень значимости
Энергоемкость валового регионального продукта	10,09765	9,50235	7,23047	0,029788
Количество бюджетных учреждений	15,89663	1,10337	67,23447	0,00001
Количество муниципальных учреждений	11,23970	5,76030	9,10576	0,001351
Удельный вес приборов учета БУ ЭЭ	11,01378	5,98622	8,58600	0,001754
Удельный вес приборов учета БУ ТЭ	8,61137	8,38863	4,79058	0,016854
Удельный вес приборов учета ЖКХ ЭЭ	10,72997	9,97003	6,96100	0,036275
Удельный вес приборов учета ЖКХ ТЭ	11,83383	5,16617	10,68965	0,000644

персии. При этом уровень значимости во всех случаях не превышает 0,05 и свидетельствует, что вклад всех признаков в процесс многомерной кластеризации является существенным.

Таблица 3 – Распределение регионов по кластерам

Регион	Кластер	Расстояние от объекта до центра кластера
Белгородская область	3	0,85
Брянская область	4	0,38
Владимирская область	3	0,41
Воронежская область	4	0,61
Ивановская область	3	0,56
Калужская область	4	0,58
Костромская область	4	0,56
Курская область	3	0,66
Липецкая область	4	1,34
Московская область	1	0,00
Орловская область	3	0,56
Рязанская область	4	0,47
Смоленская область	4	0,54
Тамбовская область	3	0,71
Тверская область	3	0,67
Тульская область	4	0,85
Ярославская область	3	0,16
г. Москва	2	0,00

В соответствии с данными таблицы 3 первый кластер включает только лишь Московскую область, для которой характерны наибольшее количество бюджетных и муни-

ципальных учреждений, максимальный удельный вес приборов учета электрической энергии в бюджетной сфере. Одновременно здесь прослеживается минимальный удельный вес приборов учета тепловой энергии в бюджетной сфере и жилищно-коммунальном хозяйстве.

Второй кластер содержит г. Москву, где наблюдается минимальный показатель энергоемкости ВРП при максимальной доле приборов учета электрической и тепловой энергии в жилищно-коммунальном хозяйстве.

Третий кластер включает Белгородскую, Владимирскую, Ивановскую, Курскую, Орловскую, Тверскую, Тамбовскую и Ярославскую области. Это регионы со средними показателями энергетической эффективности среди административно-территориальных образований центрального округа.

Четвертый кластер также охватывает восемь субъектов Российской Федерации: Брянскую, Воронежскую, Калужскую, Костромскую, Липецкую, Рязанскую, Смоленскую и Тульскую области, для которых характерен максимальный уровень энергоемкости ВРП при одновременно минимальном удельном весе приборов учета электрической энергии.

Далее проведем многомерную классификацию регионов центрального федерального округа по уровню энергетической эффективности на основе агломеративного иерархического метода. Существенным преимуществом

иерархических методов кластеризации объектов является их наглядность.

Предварительное исследование позволило сделать заключение, что наиболее отчетливые кластеры образуются при использовании в качестве метрики евклидово расстояния. Одновременно расстояние между кластерами целесообразно определять методом полных связей.

Рисунок 1 позволяет сделать вывод, что применение агломеративного иерархического метода также приводит к образованию четырех кластеров. Таким образом, иерархический и неиерархический методы разбиения регионов на кластеры в данном случае приводят к аналогичным результатам.

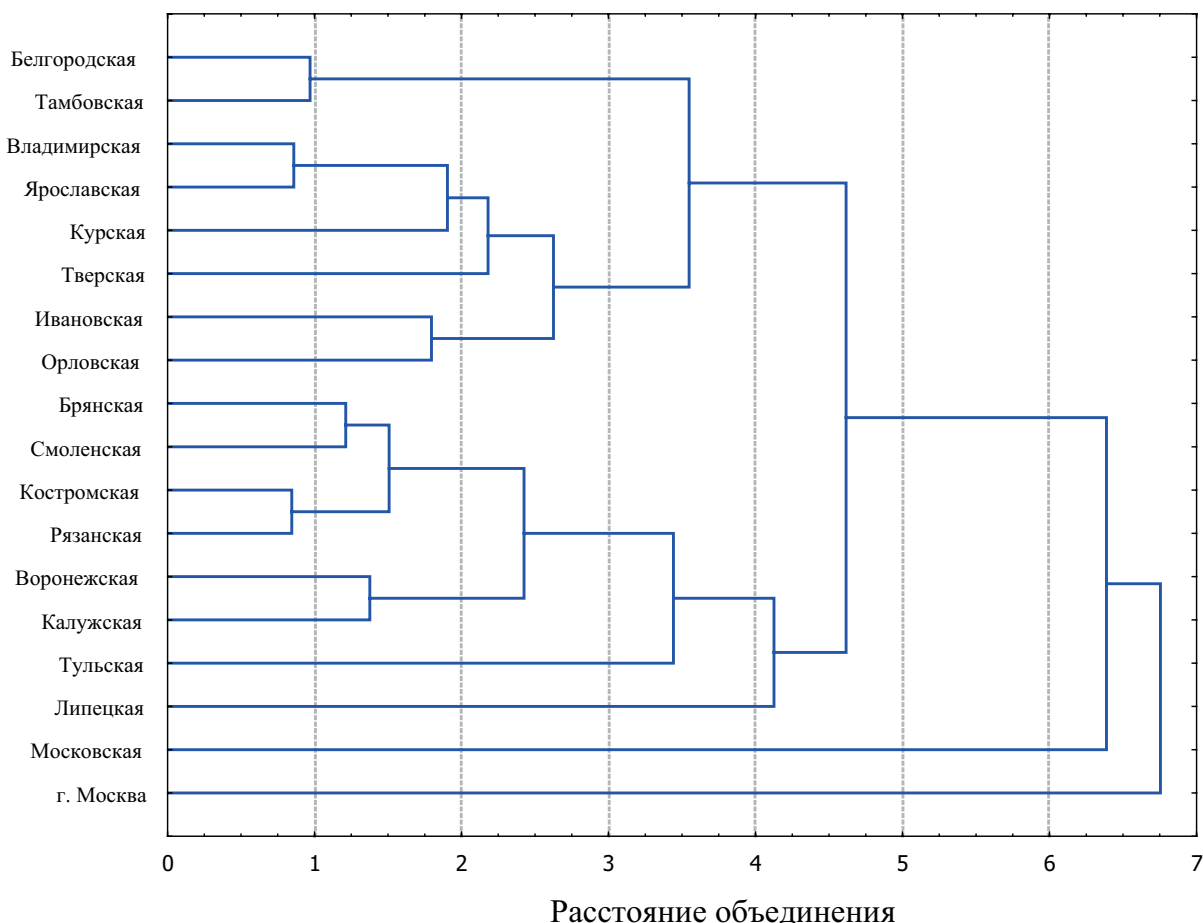


Рисунок 1. Дендрограмма классификации регионов

В заключение можно констатировать, что наиболее благоприятная ситуация в сфере энергетической эффективности сложилась в г. Москве и Московской области. Кластерный анализ позволил выделить регионы с низкой энергетической эффективностью: Брянская, Воронежская, Калужская, Костромская, Липецкая, Рязанская, Смоленская и Тульская области. Сложившаяся ситуация требует формирования программ энергосбережения в бюджетных организациях именно на региональном уровне.

ЛИТЕРАТУРА

1. Барсегян А. А., Куприянов М. С., Степаненко В. В., Холод И. И. Технологии анализа данных: Data Mining, Visual Mining, Text Mining. – СПб. : БХВ-Петербург, 2007. – 384 с.
2. Барсегян А. А., Куприянов М. С., Степаненко В. В., Холод И. И. Методы и модели анализа данных: OLAP и Data Mining. – СПб. : БХВ-Петербург, 2004. – 336 с.

3. Дюран Б. и Оделл П. Кластерный анализ. – М. : «Статистика», 1977.
4. Дубров А. М., Мхитарян В. С., Трошин Л. И. Многомерные статистические методы : учебник. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 352 с.
5. Боровиков В. П. Программа STATISTICA для студентов и инженеров. – М. : КомпьютерПресс, 2001. – 301 с.
6. Халафян А. А. STATISTICA 6. Статистический анализ данных : учебник. – М. : ООО «Бином-Пресс», 2007. – 512 с.

Гнездова Юлия Владимировна, д-р экон. наук, профессор, ФГБОУ ВПО «Смоленский государственный университет»: Россия, 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, 4.

Лаврушин Владимир Михайлович, канд. экон. наук, доцент, Смоленский филиал АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 214018, г. Смоленск, просп. Гагарина, 58.

Тел.: (481-2) 70-02-01

E-mail: iuliy_67@mail.ru

ANALYSIS OF CENTRAL FEDERAL REGION DISTRICTS ACCORDING TO THE LEVEL OF ENERGY EFFICIENCY WITH THE USAGE OF MULTIDIMENSIONAL CLASSIFICATION

Gnezdova Yulia Vladimirovna, Dr. of Econ. Sci., Prof., Smolensk State university, Russia.

Lavrushin Vladimir Mikhailovich, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Smolensk branch of Tsentrsoyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation". Russia.

Keywords: *multidimensional classification, cluster analysis, clusters, energy efficiency, energy conservation.*

The work looks at the key points of implementing the task of classifying objects carried out with the help of multidimensional cluster analysis method. The advantage of this method lies in the possibility of classifying the studied object on the basis of not just one parameter, but a whole set of indicators. Moreover, it does not limit the type of researched objects.

РОЛЬ КООПЕРАЦИИ В РАЗВИТИИ МАЛЫХ ФОРМ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

*Т. Е. РОМАНОВА, А. Н. МОЛОКИН**

*Казанский кооперативный институт АНОО ВПО Центросоюза Российской Федерации
«Российский университет кооперации»,*

**Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Татарстан,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. В статье рассмотрены актуальные проблемы малых форм хозяйствования в Республике Татарстан. Выявлена роль потребительской кооперации в развитии малого бизнеса на селе. Дана оценка современного состояния уровня развития основных форм малого бизнеса в аграрном секторе, приведены показатели экономической эффективности их деятельности. Изучены основные направления государственной поддержки развития потребительской кооперации и перспективы ее развития в аграрном секторе экономики.

Ключевые слова: кооперация, сельское хозяйство, малые формы хозяйствования, эффективность аграрного производства, государственная поддержка, инновационная деятельность.

В свете Указа Президента РФ от 6 августа 2014 г. № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» особое значение приобретает продовольственная безопасность, основанная на собственном производстве основных продуктов питания. В перечень продукции, запрещенной к ввозу из США, ЕС, Канады, Австралии и Норвегии, вошли наиболее потребляемые населением

мясо КРС свежее или охлажденное, свинина, мясо птицы, молоко и молочная продукция, картофель, фрукты и овощи.

Вместе с тем, Республика Татарстан имеет все возможности для производства данной продукции у себя в регионе. Уже сейчас, исходя из норм обеспеченности на человека в год, по всем основным видам продукции, кроме овощей, производится больше потребности.

Таблица 1 – Обеспеченность населения РТ в продуктах питания в 2013 году (3 822,0 тыс. человек)

Наименование продукции	Валовое производство тыс. тонн	Норма на человека кг/год	Потребность тыс. тонн	% обеспеченности
Мясо в убойном весе	318,1	75	286,7	111
говядина	83,9	25	95,6	87,8
свинина	87,1	14	53,5	162,8
птица	134,1	30	114,7	116,9
Молоко тов.	1 540,7	340	1 299,5	119,0
Яйцо, млн шт.	1 073,6	260	993,7	108,0
Сахар	190,0	28	107,0	177,0
Картофель тов.	1 000,0	100	382,2	261,0
Овощи	300,0	140	535,1	56,0
Хлебная продукция	455,0	105	401,3	113,0

В Республике Татарстан производством сельскохозяйственной продукции занимается порядка 400 сельхозпредприятий и агрофирм, а также малые формы хозяйствования, – это 5 тысяч крестьянских (фермерских) хозяйств и более 400 тысяч личных подсобных хозяйств граждан.

По итогам первого полугодия 2014 года производство сельскохозяйственной продукции в хозяйствах всех категорий в фактических ценах составило 70 млрд руб., что в сопоставимой оценке на уровне прошлого года. При этом хозяйства населения производят около 40%. Основную динамику в увеличении объемов производства обеспечивают все же сельскохозяйственные формирования, в то время в хозяйствах населения наблюдается снижение показателей. В частных подворьях населения за первое полугодие 2014 года произведено скота и птицы в объеме 38,0 тыс. т, их доля – 18,7%, всеми фермерскими хозяйствами – лишь 4%. Молока соответственно производится у населения 34% от всего, а фермерами – лишь 7%.

Таблица 2 – Ввоз и вывоз некоторых видов продуктов питания Республики Татарстан в 2013 году

Наименование продукции	ед. изм.	Продажа	Покупка
Мясо	т	41 582	29 432
Колбасные изделия	т	2 084,2	21 227,8
Полуфабрикаты мясные	т	17 964,8	8 376,7
Молоко жидкое обработанное	т	54 666,3	5 678,1
Яйца в скорлупе	тыс. шт	–	59 109
Картофель	т	–	1304
Сахар	т	62 327	25 862,9
Мука	т	22 365	63 680
Макаронные изделия	т	479,7	11 723,6
Крупа	т	6 218	6 346,1

С целью анализа реальной ситуации проведен анкетный опрос 867 глав сельских поселений. Он показывает, что идет серьезное снижение численности постоянного сельского населения, только за последние 6 лет она уменьшилась почти на 40 тысяч человек. Seriously усложняется демографическая ситуация на селе, оно стареет. Сейчас 85% молодых уезжает из деревни сразу после окончания школы. При этом каждый пятый житель села выезжает еще на заработки за пределы района, в

крупные города, а 27 тысяч трудоспособных сельчан нигде не работают. Но даже при этом, по мнению глав поселений, резервы увеличения производства сельхозпродукции, при создании базовых условий, имеются почти в каждом поселении (81%). Из причин, мешающих развитию частных подворий, основной большинство глав назвали отсутствие организации сбыта излишков продукции.

Такие же выводы можно сделать, проанализировав ввоз и вывоз из республики основных продуктов питания.

Регион реализует за своими пределами много молока, мяса, сахара, но в тоже время, происходит ввоз в республику из регионов РФ ряда продовольственных товаров. В том числе это картофель, который в основном (88%, Татарстанстат) производится в хозяйствах населения и по которому процент обеспеченности своего населения составляет рекордные 261%. Но ни килограмма картофеля не вывозится. Получается, излишки картофеля в лучшем случае скормливаются скоту, а зачастую просто выбрасываются.

Подобная ситуация с фруктами: под запрет ввоза попадают яблоки из Польши, и, казалось бы, у хозяйств населения, садовых обществ и товариществ, появляется прекрасная возможность реализации, но по этому направлению нет заготовительной деятельности, нет специальных хранилищ, холодильников, и цехов для переработки фруктов.

Требует коренного изменения доля экспорта и вывоза мясной молочной продукции, так как сейчас в основном реализуется сырье. Сегодня ООО «Сот иле» продает молодняк КРС из своих агрофирм весом 150 кг за 80 рублей живого веса в Волгоградскую область. Там его откармливают, перерабатывают и в виде колбасных изделий обратно реализуют в республику. Все основные доходы, добавленная стоимость продукта остаются за пределами республики, вне занятости и доходов собственного населения.

Важнейшим механизмом исправления данной ситуации в аграрном секторе является кооперация, повышающая эффективность сельскохозяйственного производства, стимулирующая развитие сельских территорий.

Кооперативные отношения на селе развиваются в рамках нескольких моделей и организационных систем. Основными из них являются сельскохозяйственные кооперативы

(производственные и потребительские) и потребительские общества.

Особую роль в повышении деловой активности сельского населения, развитии малых форм хозяйствования и увеличении заготовок сельхозпродукции играют предприятия системы потребительской кооперации. Ее развитию в республике уделяется серьезное внимание и оказывается ощутимая поддержка. В 2014 году выделено 100 автолавок для обслуживания населения труднодоступных и малонаселенных пунктов с субсидированием их стоимости на 50 млн руб., ежегодно субсидируются закупки животноводческого сырья, возвращается 40% стоимости закупленного технологического оборудования и спецтранспорта. Муниципальными районами также оказывается помощь в виде возмещения затрат на доставку товаров в населенные пункты далее 11 км.

Совокупный объем оказываемых услуг подразделениями Татпотребсоюза за 6 месяцев 2014 года составил 2,2 млрд руб., что составляет 115% уровня прошлого года. Но этого явно недостаточно. С одного двора в среднем закуплено продукции всего на 6,9 тыс. руб., это на уровне 20% от возможного.

Исходя из вышеизложенного, необходим целый комплекс мер по развитию системы потребительской и сельскохозяйственной кооперации на селе.

Основными задачами ее развития на современном этапе должны стать:

- увеличение объемов производства, закупок и переработки сельскохозяйственной продукции;
- повышение деловой активности сельскохозяйственных товаропроизводителей;
- создание на базе потребительских кооперативов экономически эффективной, инвестиционнопривлекательной системы производства, заготовки и переработки сельскохозяйственной продукции;
- создание информационной системы поддержки потребительской кооперации.

На уровне Российской Федерации считаем необходимым:

- с целью формирования модернизированной материально-технической базы предоставлять гранты сельскохозяйственным потребительским кооперативам;
- для пополнения фонда финансовой

взаимопомощи сельскохозяйственным потребительским кредитным кооперативам регионального уровня предоставлять долгосрочные бюджетные ссуды;

- обеспечить возмещение части процентных ставок за обслуживание банковских кредитов и займов;

- включить программы развития кооперации в сельской местности в перечень региональных;

- изыскать возможность бюджетного финансирования капитальных затрат (строительство агропромышленных парков, хранилищ, складов, цехов по переработке и т. д.) с дальнейшей передачей в аренду стабильно работающим кооперативам.

На уровне Республики Татарстан необходимо:

- разработать и принять региональную программу развития кооперации на селе, включающую направления поддержки сельскохозяйственных производственных и потребительских кооперативов (включая кредитные), ревизионных союзов сельхозкооперативов и потребительских обществ;

- организовать полную переработку всей производимой сельскохозяйственной продукции в пределах республики, не упуская добавленную стоимость;

- организовать проведение обхода каждого сельского двора, с целью выявления объемов продукции, которую можно заготовить, на которые можно выйти при гарантированном сбыте продукции, заключения с населением предварительных договоров на реализацию предприятиями системы Татпотребсоюза, сельскохозяйственными потребительскими кооперативами и иными заготовителями;

- организовать сельскохозяйственные потребительские кооперативы в каждом крупном сельском поселении;

- создать гарантийный фонд поддержки сельскохозяйственных потребительских кооперативов;

- распространить положительный опыт работы кооперативов и предприятий кооперации в рамках проводимой Татмедиа акции «Покупай Татарстанское», благодаря которой потребители товаров и услуг узнают об ассортименте предлагаемой продукции, ее качестве, экологичности и ценовой доступности;

- всесторонне содействовать созданию и

развитию сельскохозяйственных кооперативных рынков.

И конечно, нужна ежедневная, практическая, мобилизационная работа по каждому двору, селу, поселению со стороны исполнительных органов всех уровней власти.

ЛИТЕРАТУРА

1. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы [Электронный ресурс] / Министерство сельского хозяйства РТ. – Режим доступа: <http://agro.tatarstan.ru/rus/info.php?id=386941>.
2. Молокин А. Н., Романова Т. Е. Сельскохозяйственная кооперация в Республике Татарстан: современность и перспективы развития // Вестник Казанского государственного аграрного университета. – 2011. – № 4(22). – С. 53–57.
3. Продажа и покупка потребительских товаров и продукции производственно-технического назначения по Республике Татарстан за 2013 год : сборник Территориального ор-

гана Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан.

4. Социально-экономическое положение Республики Татарстан за январь-июнь 2014 года : оперативный информационно-аналитический доклад Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан.
5. О Концепции развития потребительской кооперации в Республике Татарстан на 2011–2015 годы : Указ Президента Республики Татарстан от 30 сентября 2011 г. № УП-605.

Романова Татьяна Евгеньевна, канд. экон. наук, доцент, Казанский кооперативный институт АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Молокин Александр Николаевич, начальник отдела, Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Татарстан: Россия, 420111, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Федосеевская, 36.

Тел.: (917) 253-26-39

E-mail: Tatroman2012@yandex.ru

ROLE OF COOPERATION IN THE DEVELOPMENT OF SMALL-SCALE ECONOMIC FORMS IN THE AGRICULTURE OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Romanova Tatiana Evgenievna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan cooperative institute of Tsentrosyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation". Russia.

Molokin Aleksandr Nikolaevich, head of department, Ministry of agriculture and food supply of the Republic of Tatarstan. Russia.

Keywords: cooperation, agriculture, small-scale economic forms, efficiency of agrarian production, state support, innovative activity.

The article examines the topical problems of small-scale economic forms in the Republic of Tatarstan. It uncovers the role of consumer cooperation in the development of small businesses in rural areas. The work assesses the current condition of the development level of main forms of small-scale business in the agrarian sector, lists the indicators of the economic efficiency of their operation and studies the main directions of state support of consumer cooperation development and the prospects of the latter in the agrarian sector.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ СУБЪЕКТАМИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

Д. И. ВАЛИГУРСКИЙ, В. И. ХАРЛАМОВ

*АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»,
г. Мытищи, Московская обл.*

Аннотация. Статья посвящена проблеме стратегического управления субъектами агропромышленного комплекса. Акцент сделан на решении этой проблемы в условиях конкуренции. В статье отражено, что в рамках стратегического управления предпочтение отдается реализации стратегии диверсифицированного роста и стратегии фокусирования на издержках с целью их минимизации. Значительное внимание уделено вопросу кадрового менеджмента в сельскохозяйственных организациях и выявлена его роль в контексте стратегического управления ими.

Ключевые слова: стратегическое управление, конкуренция, субъекты агропромышленного комплекса, конкурентоспособность, стратегия диверсифицированного роста.

Среди прочих методов возрождения отечественного сельского хозяйства весьма актуальным для субъектов агропромышленного комплекса стало использование стратегического управления. Применение стратегического подхода к управлению и производству, а также к реализации других процессов не может не отразиться на увеличении объемов производства, повышении рентабельности и в целом эффективности и конкурентоспособности субъектов агропромышленного комплекса. Кардинальное изменение в последние годы государственной экономической политики, в том числе и в отношении сельского хозяйства, способствует более эффективному осуществлению стратегического управления посредством участия субъектов агропромышленного комплекса в реализации федеральных и региональных долгосрочных государственных программ развития сельского хозяйства.

Конкуренция является одной из главных движущих сил рынка и формой взаимного соперничества между его субъектами за наиболее выгодные условия производства, сбыта и реализации своего рыночного потенциала. Целесообразно учитывать и воздействие сложившихся на рынке конкурентных сил [8]. Условия конкурентоспособности субъектов агропромышленного комплекса, получения доходов сложились худшие по сравнению

с другими сферами экономики. Повышение конкурентоспособности посредством проведения технической модернизации, внедрения ресурсосберегающих технологий производства продукции, достижения конкурентных преимуществ по различным параметрам, в том числе и прибыльности, продуманной стратегии управления должно стать приоритетным стратегическим направлением бизнеса для сельскохозяйственных организаций [5, с. 97].

Актуальность решения данной проблемы обосновывается необходимостью совершенствования используемых технологий, обновления технологического оборудования, техники, осуществления отдельных направлений государственных федеральных и региональных программ, тем более что соответствующая возможность у многих сельскохозяйственных организаций появилась только благодаря участию в них.

Следует отметить, что в современных условиях субъектам агропромышленного комплекса в качестве приоритетных стратегий развития целесообразно предпочесть другим направлениям менеджмента диверсифицированный рост и снижение издержек.

Субъекты агропромышленного комплекса должны с целью реализации стратегии диверсифицированного роста распределять все усилия, ресурсы, инвестиции между

основными бизнес-процессами и видами деятельности, им сопутствующими. Так, многие субъекты агропромышленного комплекса сосредотачивают свои усилия на экономической деятельности одновременно и в отрасли растениеводства, и в отрасли животноводства. Но кроме этих традиционных отраслей, сельхозтоваропроизводитель при наличии соответствующих условий может организовать и осуществлять бизнес-процессы, которые еще до сих пор не развивались им, например, производство продукции овцеводства либо свиноводства, выращивание страусов, а также собственную переработку производимой продукции, рыбоводство, цветоводство, выращивание грибов или относительно новый для сельского хозяйства бизнес-процесс – сельский туризм. За счет стратегии диверсификации должна осуществляться компенсация убытков от одних видов деятельности результативными выходами от других процессов и направлений агропромышленного комплекса, что усиливается возможностью из-за сезонности использовать более эффективно в течение года те или иные трудовые, материальные, финансовые ресурсы.

Ключевой проблемой отечественных субъектов агропромышленного комплекса, которая нуждается в решении, является недостаток кадров из-за снижения качества жизни на селе, обусловленного низким уровнем социально-экономических условий. Данная проблема обуславливается неготовностью управленческого персонала предпенсионного возраста адекватно реагировать на достаточно быстрое изменение современных условий функционирования, старением основной части населения на селе, недостаточностью и ухудшением инфраструктуры, непопулярностью и невостребованностью современной молодежью профессий, в первую очередь рабочих.

Вместе с тем усилилось понимание, особенно в последнее десятилетие, что имеется насущная необходимость обеспечения субъектов агропромышленного комплекса грамотными специалистами, обладающими современными компетенциями в данной сфере экономики, способными адаптировать их деятельность в соответствии с конкретными изменяющимися внутренними и внешними условиями. Потенциал высококомпетентных кадров следует отнести к одному из конку-

рентных преимуществ и факторов эффективного стратегического управления субъектов агропромышленного комплекса, которые стремятся сохранить и преумножить свои конкурентные позиции на рынке. В силу этого немаловажно оценивать роль и участие кадрового менеджмента в формировании прибыльной деятельности субъектов агропромышленного комплекса. Топ-менеджерами, инициаторами, разработчиками и реализаторами стратегии и в целом стратегических направлений их развития, сопровождающихся внедрением новых технологий и интеграцией в мировую экономику, являются выходцы из звеньев и ступеней кадрового менеджмента, считающие персонал основой современной концепции деятельности субъекта агропромышленного комплекса и стремящиеся к достижению наивысших результатов, поэтому необходимо обеспечить их кадрами высшей квалификации, обладающими новыми знаниями и компетенцией.

Акцентируем внимание на том, что все мероприятия по управлению персоналом должны быть целенаправленными и ориентированными на приведение в соответствие возможностей персонала и целей, стратегий, стоящих перед организацией [4]. Особенно это актуально для субъектов агропромышленного комплекса в контексте стратегического управления.

В целях выявления применяемой стратегии, формулирования и обоснования выбранной конкурентной стратегии сельскохозяйственным организациям необходимо проведение оценки их конкурентоспособности в сравнении с аналогичными субъектами агропромышленного комплекса. Субъекты агропромышленного комплекса, в том числе крестьянские (фермерские) хозяйства, должны знать своих конкурентов, владеть информацией об их сильных и слабых сторонах, чтобы сформировать конкурентные преимущества и приобрести выгоды в конкурентной борьбе [8]. Несомненно, что без продуманной и устойчивой государственной политики по поддержке и развитию национального производителя аграрной продукции все усилия конкретных субъектов агропромышленного комплекса будут недостаточно эффективными.

Ключевым фактором повышения конкурентоспособности субъектов агропромышленного комплекса, способствующим оперативному принятию при необходимости тактических

решений и разработке стратегии в этой области, является использование ими возможностей современного уровня информатизации важных аспектов их деятельности [3]. С этой целью субъекты агропромышленного комплекса при наличии соответствующих средств закупают специализированные компьютерные программы.

Резюмируя вышеизложенное, обратим внимание на рост возможности достижения субъектами агропромышленного комплекса определенных конкурентных преимуществ и значительной эффективности и конкурентоспособности в условиях функционирования отечественного и мирового рынка сельскохозяйственной продукции посредством опоры на научные и практические достижения в сфере стратегического управления, подкрепленные участием в реализации стратегических направлений государственной поддержки сельского хозяйства и национальных хозяйствующих субъектов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анохин Д. С. Формирование стратегии развития сельскохозяйственных предприятий в системе отраслевого стратегического планирования : автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Ставрополь, 2010.
2. Банникова Н. В., Тенишев А. В. Классификация базовых стратегий в сельском хозяйстве // Управление экономическими системами. – 2011. – № 10.
3. Грудкина Т. И. Информатизация племенного животноводства как фактор конкурентоспособности производителей молока: опыт Германии // Никоновские чтения. – 2012. – № 17. – С. 334–336.

4. Грудкина Т. И., Печникова Л. С. Роль эффективного кадрового менеджмента в повышении конкурентоспособности молочных комплексов: теория, практика, сравнительный анализ // Концепт. – 2013. – Т. 4. – № 34. – С. 2346–2350.
5. Грудкина Т. И. Повышение конкурентоспособности организаций в сфере агробизнеса: теория и практика // Вестник Орловского государственного аграрного университета. – 2006. – № 2–3. – С. 97–104.
6. Грудкина Т. И. Реализация программно-целевого управления молочным скотоводством в контексте взаимосвязи с аграрной наукой // Никоновские чтения. – 2013. – № 18.
7. Грудкина Т. И. Стратегическое управление конкурентоспособностью аграрного сектора экономики региона : монография / под общ. ред. Т. И. Грудкиной, Л. А. Третьяковой. – Орел : Изд-во ОрелГАУ, 2012. – 396 с.
8. Грудкина Т. И. Стратегия развития производства молока в крестьянских (фермерских) хозяйствах // Вестник СГТУ. – 2013. – Т. 4. – № 1 (73).

Валигурский Дмитрий Иванович, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой «Коммерция и технология торговли», АНО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. В. Волошиной, 12/30.

Харламов Владимир Иванович, канд. экон. наук, докторант кафедры «Коммерция и технология торговли», АНО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. В. Волошиной, 12/30.

Тел.: (495) 640-57-11

E-mail: dvaligurskiy@rucoop.ru

STRATEGIC MANAGEMENT OF AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX SUBJECTS IN COMPETITION CONDITIONS

Valigursky Dmitriy Ivanovich, Dr. of Econ. Sci., Prof., head of “Commerce and technology of trade” department, “Russian university of cooperation” of Tsentrosoyuz of the Russian Federation. Russia.

Kharlamov Vladimir Ivanovich, Cand. of Econ. Sci., doctoral student of “Commerce and technology of trade” department, “Russian university of cooperation” of Tsentrosoyuz of the Russian Federation. Russia.

Keywords: strategic management, competition, agro-industrial complex subjects, competitive ability, strategy of diversified growth.

The article is devoted to the problem of strategic management of agro-industrial complex subjects. Emphasis is placed on the solution of this problem in competition conditions. The article shows that within the framework of strategic management preference is given to the implementation of strategies of diversified growth and focusing on expenses with the aim of minimizing them. Significant attention is paid to the problem of personnel management in agricultural organizations and uncovering its role in the context of strategic management of agricultural organizations.

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ОТРАСЛЕВОЙ СТРУКТУРЫ ИНВЕСТИЦИЙ В ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ

Ю. Н. ФАЗЛИЕВА

*ФГБОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Инвестиции объективно необходимы для стабильного развития экономики, обеспечения устойчивого экономического роста. В статье рассматриваются проблемы динамики отраслевой структуры инвестиций в основной капитал, выработки механизмов реализации государственной политики для обеспечения экономической безопасности как хозяйствующих субъектов, так и региона в целом, а также разработки инвестиционной политики на всех уровнях управления.

Ключевые слова: инвестиции, экономика, ресурсы, производство, оптимизация, система, кризис.

Анализ динамики отраслевой структуры инвестиций в основной капитал за последние 10 лет выявил устойчивую тенденцию увеличения доли таких производственных комплексов, как металлургия, строительство, транспорт и связь. Однако в связи с финансовым кризисом в конце 2008 г. в таких отраслях, как металлургия и строительство произошло снижение уровня инвестиций, а стимулирование инвестиций в основной капитал может быть эффективным лишь при достижении основного условия нормализации финансовой, денежно-кредитной и платежной систем. В связи с этим предлагается использовать возможности капиталоемкого роста за счет загрузки простаивающих производственных мощностей:

– во-первых, наладить механизм перелива капитала с финансовых рынков на инвестиционные цели реального сектора экономики, используя методы государственной поддержки, в том числе системы налоговых льгот;

– во-вторых, обеспечить гарантии инвестиций, направляемых в сферу производства;

– в-третьих, усилить инновационную направленность инвестиционной деятельности;

– в-четвертых, обеспечить поддержку импортозамещающих конкурентоспособных отраслей и отраслей, сохранивших мировой технико-технологический уровень производства.

Именно динамика производственного спада и соответственно сужение внутреннего рынка продукции национального производ-

ства стали основным фактором повышенного риска кредитных вложений в реальный сектор и оттока банковского капитала в сферы менее рискованных вложений, а также нарастающей дезорганизации межхозяйственных платежно-расчетных отношений (отношений реального сектора с бюджетной сферой) и одновременно беспрецедентного нарушения государством своих финансовых обязательств перед социальной сферой и другими сферами бюджетного финансирования.

В условиях быстроменяющейся конъюнктуры рынка, когда стоит задача наращивания конкурентных преимуществ, более эффективен, на взгляд автора, дивизионный тип структуры управления инвестиционной деятельностью, где осуществляется делегирование части управленческих функций (ценообразование, маркетинг, персонал, экономика, бизнес-планирование) в низшие структурные звенья, что позволяет подразделениям частично или полностью взять ответственность за реализацию инвестиционной деятельности. В результате управленческие ресурсы верхнего эшелона организации высвобождаются для решения стратегических задач.

В соответствии с вышеизложенным необходима разработка механизмов реализации государственной политики для обеспечения экономической безопасности как хозяйствующих субъектов, так и региона в целом. Такими механизмами являются: активизация инвестиционной деятельности путем усиления регули-

рующей и стимулирующей роли государства в привлечении инвестиций в реальный сектор экономики, создание эффективно действующей системы защиты прав собственности инвесторов, создание условий для дополнительных эмиссий акций, налоговое стимулирование инвестиционной деятельности, обеспечение высокого уровня корпоративного управления.

Немаловажным механизмом привлечения масштабных инвестиций является соблюдение и реализация принципов корпоративного управления. Низкий уровень корпоративного управления включает в себя и слабую правовую защиту инвестиций, и неэффективность механизма государственного регулирования, и низкую правовую культуру потенциальных инвесторов, что в конечном счете приводит к корпоративным конфликтам, возникающим на основе передела собственности, и отсутствию доверия со стороны потенциальных инвесторов, то есть оказывает негативное воздействие на привлечение инвестиций.

В связи с этим для активизации инвестиционной деятельности необходимо:

1. Создание механизма, который, с одной стороны, заставлял бы субъекты экономики расширять производство, а с другой стороны – осуществлять накопление капитала, прежде всего в реальном секторе экономики.

Первым шагом по пути решения этой исключительно сложной и трудной задачи служит достижение финансовой стабилизации путем превращения денег, кредита, бюджета и валюты в реально сильные экономические рычаги регулирования макропропорций. Только улучшение денежно-кредитной, бюджетной и валютной политики позволяет создать тот необходимый рыночный механизм, который и будет стимулировать процесс накопления и перераспределения капитала в производственную сферу.

В этом представляется, однако, главная цель и основная суть формирования нового механизма организации управления инвестиционными ресурсами, но в условиях экономического кризиса эта задача значительно усложняется.

2. Мировой опыт показывает, что современный инвестиционный комплекс должен представлять собой многоотраслевую, высокотехнологичную и конкурентоспособную систему, обеспечивающую укрепление экономической независимости и национальной безопасности страны, достойный уровень жизни народа и интеграцию экономики в ми-

рохозяйственные связи на равноправных условиях.

3. Исходной основой эффективного функционирования инвестиционного комплекса, адекватного рыночной экономике, является баланс интересов государства и предпринимателей путем создания условий для рациональной структурной перестройки экономики и наращивания инвестиции. Чрезвычайно опасной особенностью современной ситуации в России стал экономический кризис, который трудно прогнозируется, так как он вызван мировыми экономическими проблемами.

4. Уход государства из экономики – одна из самых серьезных проблем российских реформаторов, которая очень дорого обошлась стране и населению.

Государство, сведя свою главную роль только к финансовой стабилизации и созданию класса частных собственников, практически полностью разрушило инвестиционный комплекс и инвестиционный процесс. Политика минимизации государственных расходов, и прежде всего производственных инвестиций, оказалась во всех отношениях несостоятельной, а надежда на то, что на смену им придут частные инвестиции, оказалась практически несбыточной.

5. Мировой финансовый кризис обострил проблему нехватки финансовых ресурсов. Отсутствие инвестиций может создать долговременный порочный круг: спад производства – усиление налогового пресса при снижающемся объеме – углубление спада производства.

Усиливается давление регионов на федеральные власти с требованием предоставления финансовых средств. Связанное с этим недовольство ведет к усилению центробежных тенденций. Отсюда вытекает, что проблема поиска источников инвестиций на цели развития имеет не только экономическое, но и исключительно важное политическое значение. Очевидно, что вследствие мирового финансового кризиса федеральное правительство не сможет осуществлять централизованные инвестиции из бюджета в полном объеме. Вместе с тем оно не может оставаться в стороне от поисков властями и предприятиями регионов средств на цели развития.

6. Недостаточное развитие инвестиционных процессов в России вызвано, наряду с фундаментальными факторами (инфляция, политические и экономические риски и др.), и

рядом субъективных причин, в числе которых можно выделить:

– высокий уровень налогов, делающий нерентабельными многие инвестиционные проекты;

– отсутствие корпоративной культуры инвестиционного проектирования, неспособность большинства менеджеров российских предприятий вести диалог с современными инвесторами;

– слабая информационная поддержка при продвижении инвестиционных проектов. Предприятия, даже имея неплохие проекты, часто слабо представляют себе, где искать потенциальных инвесторов;

– отсутствие целостной инфраструктуры, обеспечивающей эффективную подготовку, продвижение и реализацию инвестиционных проектов;

– общая непрозрачность российских компаний, что, по мнению инвесторов, существенно повышает риск вложений;

– недостаточность законодательных гарантий возвратности инвестиций.

Возрастающая роль регионов в экономических и управленческих преобразованиях в России предопределила привлечение приоритетного внимания управлению, аккумулярованию и эффективному использованию инвестиционных ресурсов. Рассмотрение и анализ институциональных форм управления инвестиционной политикой на региональном уровне требует учета параметров структурной перестройки и взаимосвязи со стратегическим направлением развития в масштабах всей страны.

Итак, в сфере управления инвестиционными ресурсами можно предположить следующую обстановку:

– увеличение инвестиций – как отказ от текущего потребления в пользу долгосрочных

вложений – становится жизненной необходимостью предприятий;

– острая необходимость обеспечения гибкости и оперативности работы предприятий приведет к тому, что реорганизация систем управления станет одним из критических ресурсов, в который необходимо инвестировать для получения эффективных результатов деятельности;

– принципиальное отсутствие внешних источников выдвигает как главную проблему поиск внутренних резервов, поэтому новая система управления становится как результатом, так и условием эффективных инвестиций;

– действенная связка «собственник – топ-менеджер» – основное условие эффективности такого типа инвестиций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Фирсов Д. А. Обозримые перспективы инвестиционного развития России в схемах // Научное обозрение. – 2012. – № 5. – С. 662–668.
2. Костин И. В. Приоритеты и механизм государственной поддержки инвестиций в аграрной сфере региона // Научное обозрение. – 2013. – № 3. – С. 263–268.
3. Плешакова Н. А. Деловая репутация региона как фактор инвестиционной привлекательности // Научное обозрение. – 2013. – № 3. – 304–307.

Фазлиева Юлия Николаевна, канд. экон. наук, ст. преподаватель, ФГБОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»: Россия, 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Карла Маркса, 68.

Тел.: (843) 238-56-94

E-mail: dilyara-1959@mail.ru

ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF THE BRANCH STRUCTURE OF INVESTMENTS INTO BASIC STOCK

Fazlieva Yulia Nikolaevna, Cand. of Econ. Sci., senior lecturer, Kazan national research technological university. Russia.

Keywords: *investments, economy, resources, production, optimization, system, crisis.*

Investments are objectively necessary for the stable development of economy and the provision of stable economic growth. The article looks into the problems of the dynamics of branch structure of investments into basic stock, the development of mechanisms for the implementation of state policy aimed at providing the economic safety of both economic entities and the region as a whole, as well as developing investment policy at all management levels.

СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА

А. Р. ЗИЯТДИНОВ

*ЧОУ ВПО «Академия социального образования»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Развитие корпоративной социальной ответственности в России идет в соответствии с мировыми тенденциями, но пока не охватывает малый и средний бизнес. Эта деятельность, отражающаяся в системе экономических, экологических и социальных показателей устойчивого развития, осуществляется через регулярный диалог с обществом, являясь частью стратегического планирования и управления компаниями.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, бизнес, государственное регулирование, экологическая и социальная отчетность.

Проблема социальной ответственности бизнеса в последние годы получила свое развитие и в Российской Федерации, правда, было оно неоднозначным по своей сути. С одной стороны, более 10 лет назад, фактически начиная с XIII съезда Российского союза промышленников и предпринимателей, на котором президент РФ в 2003 г. призвал российский бизнес стать «социально ответственным», начался достаточно явный процесс добровольной активности в этой области со стороны наиболее сознательной и стратегически мыслящей части российского бизнеса. Это крупные частные компании, которые начали активный диалог с заинтересованными общественными группами, стали внедрять современные международные стандарты социально ориентированного и экологического менеджмента, опубликовали свои социальные отчеты.

Развитие корпоративной социальной ответственности (КСО) в России идет в соответствии с мировыми тенденциями, но пока не охватывает малый и средний бизнес. Происходит это потому, что под социальной ответственностью понимается деятельность компаний по трем направлениям ответственности: экономической (качество, безопасность продукции и услуг, а также их физическая и ценовая доступность), экологической (снижение вредных выбросов и других нагрузок на окружающую среду) и социальной (развитие собственного коллектива и внешние социаль-

ные проекты, включая благотворительность). Российский малый и средний бизнес ограничивается, как правило, лишь благотворительностью местного масштаба, предьявляя ее как основную форму своей социальной ответственности.

КСО является составной частью корпоративного управления, а не просто функцией связей с общественностью (PR). Эта деятельность, отражающаяся в системе экономических, экологических и социальных показателей устойчивого развития, осуществляется через регулярный диалог с обществом, являясь частью стратегического планирования и управления компаниями. Поэтому решения в области КСО принимаются всеми взаимосвязанными уровнями корпоративного управления: собственниками компаний, советами директоров и менеджментом. Суть этой работы заключается в том, что любые производственные и экономические решения принимаются с учетом их социальных и экологических последствий для компаний и для общества.

При таком построении КСО превращается в мощный фактор стратегического развития, укрепления деловой репутации и конкурентоспособности, а также роста рыночной капитализации компаний. Фактически КСО – это политика и реализация стратегии устойчивого развития компании. Ее влияние на привлекательность бизнеса для инвесторов трудно переоценить: любой портфельный

инвестор, принимая серьезное решение по покупке пакетов акций той или иной компании, оценивает весь спектр рисков. Компания может быть привлекательна с точки зрения своей текущей прибыльности, но крайне неустойчива с точки зрения экологической и социальной.

В России, помимо крайне слабой вовлеченности малого и среднего бизнеса в этот процесс, отсутствует также и поступательное развитие в этой области в среде крупных и средних государственных компаний (а также компаний с преимущественно государственным контролем). Перед тем как остановиться на основных формах нефинансовой отчетности, а также отчетности в области устойчивого развития, необходимо определиться с самим понятием «социальной ответственности российской компании», которое в настоящее время не имеет однозначной трактовки в России. Это связано в первую очередь с тем, что в условиях отсутствия координации этой деятельности в обществе в целом, и в первую очередь на федеральном государственном уровне, все его заинтересованные стороны (бизнес, власть и НКО) трактуют это понятие в собственных интересах, пытаясь закамouflировать или даже в открытую зализить или завысить свою долю социальной ответственности.

Рассмотрим системное определение социальной ответственности бизнеса. Социальная ответственность российской компании (или корпоративная социальная ответственность, КСО) – это ее вклад в экономическую, экологическую и социальную деятельность, обеспечивающий и поддерживающий устойчивое развитие как самой компании, так и региона ее присутствия и общества в целом. Социальная ответственность российской компании определяется в соответствии с законодательно предусмотренными и добровольными действиями, находящимися в постоянном процессе совершенствования в результате регулярных диалогов компании с заинтересованными сторонами внутри самой компании и за ее пределами.

Социально ответственной является такая компания, которая соблюдает все законодательно предусмотренные правила и обязательства, входящие в минимальный набор признаков корпоративной социальной ответственности, что включает: производство качественных и безопасных для использования

товаров и услуг; полную уплату всех видов налогов; выплату регулярной заработной платы своим работникам и внесение своего вклада в их социальное обеспечение; соблюдение требований антимонопольного законодательства; соблюдение законодательных норм в области охраны окружающей среды и требований государства к экологически чистому производству; обеспечение безопасности, здоровья и охраны труда своих работников, соблюдение норм трудового права; соблюдение прав человека, предоставляемых Конституцией РФ.

Отвечая общественным запросам, социально ответственная российская компания может принимать на себя дополнительные обязательства, входящие в добровольный набор признаков социальной ответственности, что отвечает интересам самой компании и общества в целом, а именно:

– *экономика и корпоративное управление*: соблюдать принципы социальной ответственности, заложенные в Кодексе корпоративного поведения и Социальной хартии российского бизнеса; разрабатывать и последовательно соблюдать внутрикорпоративные кодексы или иные документы собственной деловой этики; постоянно развивать качество, потребительские свойства и социальную значимость своей продукции и услуг; поддерживать добросовестную деловую практику, устанавливая надежные отношения со своими поставщиками, дистрибьюторами и клиентами, и т. п.;

– *экология*: предпринимать меры технологического характера, направленные на экономию потребления энергии, водных и прочих ресурсов; организовывать переработку отходов производства и очистку сточных вод, постепенно внедряя безотходные технологии производства; ограничивать выбросы веществ, разрушающих озоновый слой, парниковых газов, химических веществ и других вредных выбросов в атмосферу; организовывать рациональное землепользование и поддерживать биоразнообразие и естественную среду обитания, в том числе рекреативные зоны и заповедники;

– *социальная политика*: участвовать в социальных инвестициях через свои внутренние и внешние социальные программы; развивать свой персонал через систему профессиональной подготовки кадров; осуществлять социальные проекты спонсорского и благотвори-

рительного характера на территориях своего присутствия, поддерживая их социальное благополучие, безопасность и устойчивость; участвовать в спонсорских и благотворительных программах регионального и федерального значения, направленных на решение острых общенациональных проблем; поддерживать социальные проекты в областях культуры, спорта и образования; участвовать в проектах частно-государственных партнерств и т. п.

Являясь добровольной деятельностью компании, социально-экологическая отчетность и отчетность в области устойчивого развития представляют собой технологию и инструмент корпоративного управления, позволяющие систематизировать деятельность компании в нефинансовой сфере (социальные, экологические и иные программы и инициативы) и улучшить качество стратегического и оперативного управления, что ведет к повышению устойчивости и управляемости организации в целом. Такая добровольная открытая отчетность позволяет компании продемонстрировать свою приверженность принципам

концепции КСО и устойчивого развития, стать прозрачной для общества и предоставить значимую для нее информацию в рамках корпоративной экологической, социальной и этической результативности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кричевский Н. А., Гончаров, С. Ф. Корпоративная социальная ответственность. – М., 2007. – 215 с.
2. Благов Ю. Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции. – СПб. : СПбГУ, 2010. – 271 с.

Зиятдинов Альберт Ренатович, канд. экон. наук, ст. преподаватель кафедры «Управление персоналом», ЧОУ ВПО «Академия социального образования»: Россия, 420039, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Исаева, 12.

Тел.: (843) 555-61-82

E-mail: albertcuba@rambler.ru

SPECIFICITY OF THE FORMATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF RUSSIAN BUSINESS

Ziyatdinov Albert Renatovich, Cand. of Econ. Sci., senior lecturer of "Personnel management" department, Academy of social education. Russia.

Keywords: corporate social responsibility, business, state regulation, ecological and social reporting.

The development of corporate social responsibility (CSR) in Russia is in accordance with world tendencies, but does not yet encompass small and medium business. This activity, which is reflected in the system of economic, ecological and social indicators of stable development, is implemented through the regular dialogue with society and is part of strategic planning and management of companies.

АКТУАЛЬНОСТЬ АНАЛИЗА И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕТОДОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КОМПЛЕКСНОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

К. Р. НАБИУЛЛИНА

*ФГБОУ ВПО «Казанский государственный архитектурно-строительный университет»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Анализ основных форм и методов управления государственным регулированием комплексного развития территории позволяет расширить возможности внедрения в процесс управления и государственного регулирования методов, повышающих эффективность партнерства государства, бизнеса и гражданского общества, обеспечивающих улучшение инвестиционного климата территории в условиях имеющихся интеллектуальных, материальных, трудовых, финансовых ресурсов и, как следствие, повышение качества жизни населения и рост экономики страны в целом.

Ключевые слова: методы управления, комплексное развитие территории, государственное регулирование.

Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [1] предполагает устойчивый рост экономики, базирующийся на реализации глобальных конкурентных преимуществ страны, среди которых можно выделить размер территории и географию, значительные минерально-сырьевые запасы, трудовые ресурсы с высоким уровнем образования и профессиональной подготовки. Одним из необходимых условий реализации стратегических целей по повышению благосостояния российских граждан, национальной безопасности, динамичного развития экономики, укрепления позиций России в мировом сообществе является повышение эффективности работы государственных институтов путем совершенствования методов управления и государственного регулирования экономических систем.

В настоящее время на смену отдельным инвестиционно-строительным проектам приходят концепции комплексного развития территории, способствующие формированию качественно новой среды для работы и жизни граждан, развитию территориальных инновационных, промышленных, образовательных кластеров. Только комплексный подход к развитию территории позволяет максимально эффективно исполь-

зовать ограниченные земельные, водные, энергетические, финансовые, трудовые, материальные ресурсы.

Важнейшим фактором сбалансированного территориального развития является эффективная государственная политика, требующая разработки направлений совершенствования предоставления государственных услуг.

Государственное регулирование играет важную роль, так как только государство может обеспечить общее стратегическое видение и, как следствие, выработать последовательный курс, который в полной мере сможет обеспечить соблюдение прав и обязанностей граждан, защиту природных экосистем, координирование действий субъектов процесса для повышения эффективности инвестированных средств.

Среди основных функций государственного регулирования в настоящее время в России можно выделить:

– формирование макроэкономических планов-прогнозов, которые включают в себя цели, основные ориентиры развития, главные проблемы и риски, с которыми сопряжены мероприятия по реализации данных индикативных планов;

– распределение централизованных инвестиций и иных контролируемых государством ресурсов, размещение госзаказов,

урегулирование возникающих социальных проблем, создание благоприятного климата для привлечения частных инвестиций путем вложения государственных средств в развитие инфраструктуры и др.;

– поддержание стабильного экономического развития с помощью системы регуляторов, среди которых налоги, дотации, принципы и методы ценообразования, налоговые и кредитные льготы приоритетным отраслям, таможенные правила, инструменты кредитно-денежной политики.

Методы государственного регулирования разнообразны, но их условно можно разбить на три группы: административные, прямые и косвенные. Административные методы регулирования осуществляются через систему законодательных норм и правил, лицензирование, квотирование и др.

Субвенции, субсидии, различного рода дотации из специальных бюджетных и внебюджетных фондов различных уровней, льготные кредиты образуют прямые методы государственного регулирования.

К косвенным методам регулирования относится проводимая государством политика в области кредитно-финансовых, валютных, внешнеэкономических отношений, налоговых систем, амортизируемого имущества.

При управлении комплексным развитием территории применяется программно-целевой подход. В настоящее время в России разработаны и реализуются программы комплексного развития административно-территориальных образований, в частности, «Программа комплексного развития территории Северо-Западного административного округа города Москвы» [2], «Концепция комплексного развития территорий Ленинградской области, прилегающих к границам Санкт-Петербурга» [3], «Стратегия пространственного развития Ярославской области» [4] и др.

Анализ данных программных документов показывает отсутствие целостной модели управления комплексного развития территории, включающей механизм взаимовыгодного сотрудничества государства, бизнеса и гражданского общества, методы стратегического планирования и прогнозирования, основанной на решении задач развития экономики России в целом на среднесрочную и долгосрочную перспективы, а не только обеспечивающие реализацию локальных инвестиционно-строительных проектов,

единые показатели оценки эффективности реализации мероприятий данных Программ. Кроме того, не предусмотрены механизмы корректировки мероприятий Программ в случае изменение микро и макроэкономических показателей, возникновения кризисных явлений использованы не все инструменты повышения эффективности мероприятий Программы.

Вопросы управления сбалансированным развитием территории рассмотрены в трудах российских и зарубежных авторов. Ф. Перру, Ж. Будвиль, Х. Ласуэн ввели понятие «полюса роста», то есть компактно размещенные и динамично развивающиеся отрасли промышленности, которые порождают цепную реакцию возникновения и роста промышленных центров на определенной территории, как ключевую категорию пространственной организации экономики. С теорией полюсов роста тесно связана теория П. Потье об осях развития. Центральным пунктом её является положение о том, что развитие передается вдоль главных транспортных каналов, которые соединяют между собой важнейшие промышленные центры. Территории, расположенные между полюсами роста и обеспечивающие транспортную связь, получают дополнительные импульсы роста благодаря увеличению грузопотоков, распространению инноваций, развитию инфраструктуры.

Советская научная школа отличалась комплексностью и глобальностью решаемых задач. В то время как большинство западных исследователей отвечало на вопрос, где должно располагаться отдельное производственное предприятие в зависимости от расположения факторов производства и рынков сбыта, советские ученые искали пути повышения эффективности народного хозяйства в целом, через общую рационализацию пространственного размещения промышленности.

Проблемы размещения производительных сил в экономическом пространстве СССР представлены в трудах Н. Н. Баранского, Н. Н. Колосовского, Н. Н. Некрасова.

Структурная трансформация российского общества обусловила повышенный интерес к содержанию экономических процессов в пространственном измерении, что нашло отражение в работах О. В. Буториной, Т. В. Валовой, С. Ю. Глазьева и др.

В работе «Урбанистика» В. Л. Глазьева [5] описан опыт удач и опыт провалов

в различных подходах к стратегии развития городов, в научном издании «Политическая экономика города» учтен опыт, полученный профессиональными городскими проектировщиками за последние десятилетия, описаны новейшие зарубежные и российские практики и технологии городского развития и др. В работах И. В. Ирбитской предложены методики «Управление экономико-территориальными изменениями города» и «Алгоритм разработки девелоперских проектов» и др.

Несмотря на то, что изучением различных аспектов управления пространственным развитием занимаются научные российские и зарубежные школы на протяжении ряда лет, обзор существующих подходов к управлению и государственному регулированию комплексного развития территории показал, что в рамках сложившейся в настоящее время парадигмы отсутствует научно-методическая проработка особенностей планирования, организации, контроля пространственного развития территории на основе комплексной управленческой модели, учитывающей условие ограниченных бюджетных возможностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года : Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р (ред. от 08.08.2009).
2. Распоряжение Префектуры Северо-Западного административного округа г. Москвы от 17 февраля 2014 г. № 33-рп.
3. Областной закон Ленинградской области от 28.06.2013 № 45-оз «О Концепции социально-экономического развития Ленинградской области на период до 2025 года» (принят ЗС ЛО 06.06.2013).
4. Постановление Правительства ЯО от 20.06.2014 № 583-п «О внесении изменений в постановление Правительства области от 26.01.2011 № 9-п».
5. Глазычев В. Л. Урбанистика. – М. : Европа, 2008. – 220 с.

Набиуллина Карина Рашидовна, канд. экон. наук, ст. преподаватель, ФГБОУ ВПО «Казанский государственный архитектурно-строительный университет»: Россия, 420043, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Зеленая, 1.

Тел.: (917) 881-66-68

E-mail: karina.kgasu@mail.ru

TOPICALITY OF ANALYZING AND IMPROVING THE METHODS OF STATE REGULATION OF COMPLEX DEVELOPMENT OF A TERRITORY

Nabiullina Karina Rashidovna, Cand. of Econ. Sci., senior lecturer, Kazan State architecture and construction university. Russia.

Keywords: management methods, complex development of a territory, state regulation.

The analysis of main forms and methods of managing the state regulation of complex development of a territory makes it possible to expand the possibilities of supplementing the process of management and state regulations with the methods that increase the effectiveness of partnership of state, business and civil society and improve the investment climate of the territory in the conditions of the existing intellectual, material, labor and financial resources, thus leading to an increase in the quality of life of population and the growth of national economy as a whole.

МОДИФИКАЦИЯ СИСТЕМНОЙ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ МОДЕЛИ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ С ВКЛЮЧЕНИЕМ РЫНКА ИННОВАЦИЙ

Е. Н. ГАРИПОВА

*ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. В статье изложены некоторые положения предлагаемого подхода по модификации системной функциональной модели рыночной экономики рынком инноваций. Это открывает ряд возможностей по применению отдельных инструментов для управления отдельными аспектами экономики Республики Татарстан.

Ключевые слова: экономическая политика, экономическое моделирование, функциональная модель рыночной экономики, рынок факторов производства, инновации.

Современные условия хозяйствования требуют внедрения в процесс формирования экономической политики государственного развития все новых и новых средств экономического моделирования. Автором настоящей статьи предлагается одно из направлений модификации системной функциональной модели рыночной экономики (далее – СФМРЭ). Рассматриваемая СФМРЭ оперирует межрыночным взаимодействием классических рынков факторов и результатов производства (рынок труда, рынок товаров, рынок капитала). Стоит отметить, что проблема межрыночного взаимодействия, то есть взаимовлияния качественных или количественных параметров одного рынка на соответствующие параметры другого, до последнего времени была достаточно слабо исследована. Определенное внимание данной проблеме уделяется в работах Дж. Хикса, А. Хансена и других представителей неокейнсианства, однако они уделяют внимание взаимодействию лишь отдельных элементов рыночной системы (преимущественно в области взаимовлияния параметров рынка товаров и рынка рабочей силы), не стремясь построить целостную систему межрыночных взаимодействий. В то же время в современных условиях в целях прогнозирования, стратегического планирования и государственного управления экономикой исследование количественных и качественных характеристик вли-

яния одного из элементов рыночной системы на другой имеет принципиальное значение.

Меняющиеся условия рыночной среды, системы функционирования рыночного пространства требуют внесения корректировок и в механизм действия СФМРЭ. Отметим, что ранее в данную СФМРЭ были внесены корректировки, связанные с ее дополнением еще тремя секторами – квадрантами денежно-валютного рынка (собственно денежно-валютный рынок, влияние валютного курса на цену капитала, влияние валютного курса на индекс цен, влияние валютного курса на стоимость рабочей силы). Таким образом, СФМРЭ несколько видоизменилась.

Тем не менее развитие экономики инициирует включение новых рынков в рассматриваемую ранее классическую систему координат. Таким рынком, на наш взгляд, в первую очередь должен стать рынок инноваций. Данная потребность обуславливается все возрастающей ролью нововведений в экономическом процессе. Рынок инноваций подразумевает взаимодействие объема разрабатываемых и внедряемых инноваций и объема их потребления. Товар на данном рынке – не что иное, как инновации различного характера. Такой продукт, как инновации, является достаточно трудноопределимым, что вызывает определенные сложности в системе учета показателей рынка. В СФМРЭ рынок иннова-

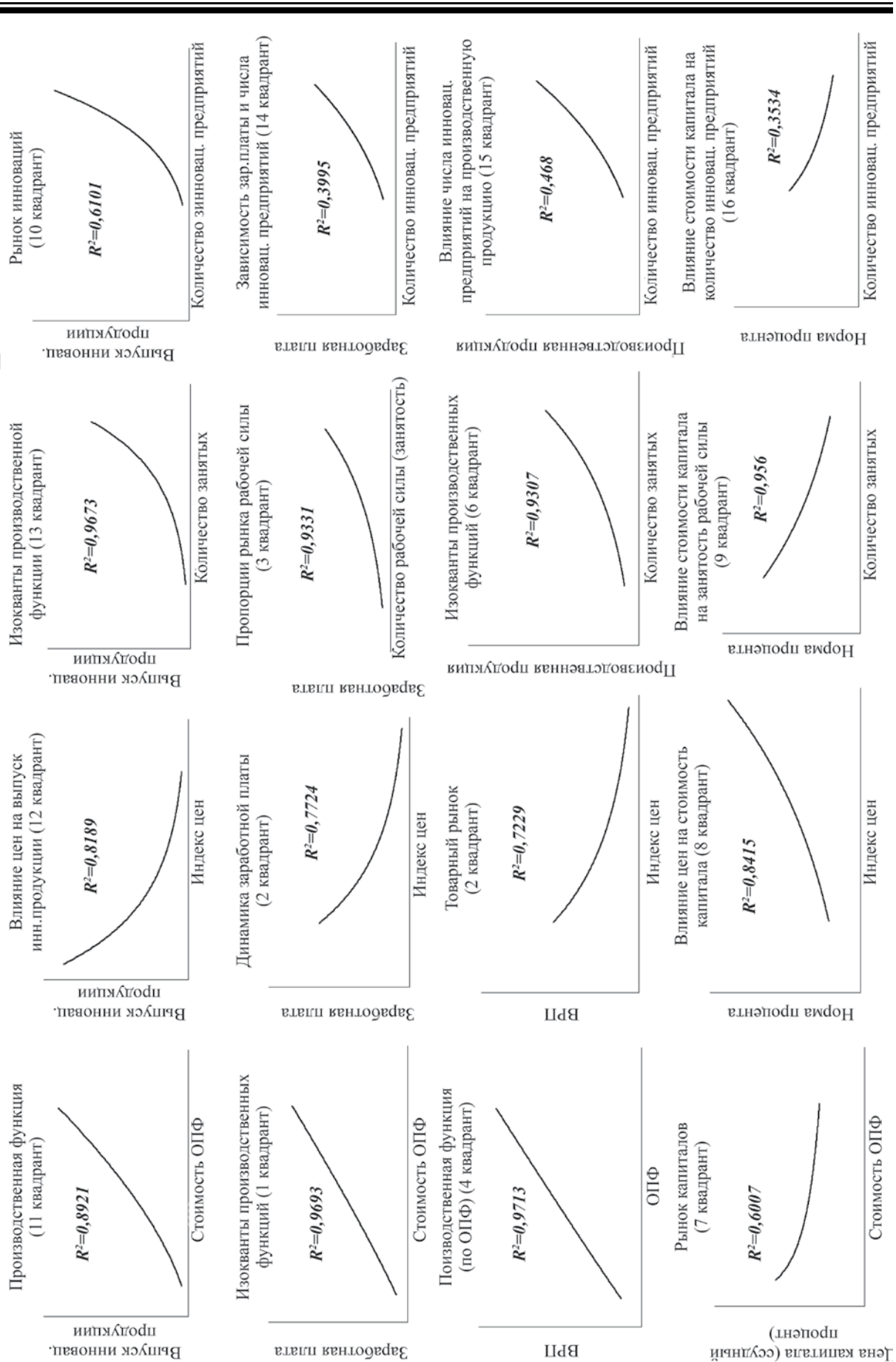


Рисунок 1. Общий вид СФМРЭ, включая рынок инноваций

ций представлен количеством инновационных предприятий в качестве количественного показателя и объемом выпуска инновационной продукции в качестве стоимостного показателя. При расчете СФМРЭ для периода 2000–2013 гг. с введением в нее рынка инноваций нами были получены следующие квадранты: собственно рынок инноваций; влияние объема выпуска инновационной продукции на стоимость основных производственных фондов; влияние объема выпуска инновационной продукции на индекс цен; влияние объема выпуска инновационной продукции на количество занятых в экономике; влияние количества инновационных предприятий на стоимость рабочей силы; влияние количества инновационных предприятий на объем ВРП; влияние количества инновационных предприятий на ставку ссудного процента.

Таким образом, в девятисекторную СФМРЭ были включены дополнительные семь секторов. Общий вид полученной СФМРЭ, включая рынок инноваций, может быть представлен в следующей форме (рис. 1).

Из полученной СФМРЭ, включая рынок инноваций, можно сделать ряд выводов.

В период с 2000 по 2013 г. рынок инноваций (10 квадрант) характеризовался высокой степенью зависимости выпуска инновационной продукции и количества инновационных предприятий. Можно отметить, что при увеличении числа инновационных предприятий объем выпуска инновационной продукции также растет. В целом, данный вывод вполне логичен и представляет широкий спектр возможностей в вопросах регулирования рынка инноваций.

При анализе взаимозависимости стоимости основных производственных фондов и объема выпуска инновационной продукции (11 квадрант) можно отметить, что зависимость имеет устойчивый характер. При этом рост стоимости ОПФ вызывает устойчивый рост объемов выпуска инновационной продукции, причем более высокими темпами. Данное обстоятельство позволяет, варьируя некоторыми аспектами управления ОПФ (например, амортизационной политикой), влиять на объем выпуска инновационной продукции.

Взаимозависимость объема выпуска инновационной продукции и индекса цен (12 квадрант) так же, как и в предыдущем случае, характеризуется высоким уровнем коэффициента аппроксимации. Таким образом, мы

можем с большой долей вероятности утверждать, что повышение уровня индекса цен ведет к неминуемому падению объема выпуска инновационной продукции.

Также прозрачно выглядит и выявленная взаимозависимость количества занятых и объема выпуска инновационной продукции (13 квадрант). Так, при росте количества занятых в экономике увеличивается объем выпуска инновационной продукции, и наоборот. При этом данная зависимость весьма устойчива, о чем свидетельствует высокий коэффициент аппроксимации. Таким образом, можно прийти к выводу о том, что, варьируя уровень занятости в экономике, возможно влияние и на инновационность выпускаемой в регионе продукции.

Если по стоимостному показателю рынка инноваций были получены устойчивые результаты, то по количественному показателю – числу инновационных предприятий – выявлен слабый уровень зависимости введенного в модель рынка и классической системной модели.

Рассмотрим взаимовлияние количества инновационных предприятий и размера заработной платы (14 квадрант). Наши исследования показали, что при росте числа инновационных предприятий уровень заработной платы также растет. Однако величина коэффициента аппроксимации здесь относительно невелика, что не дает возможности выявить четкие инструменты управления в данном сочетании. Узкие возможности государственной статистики в области учета рынка инноваций не дают нам дополнительных возможностей для изыскания других инструментов, которые возможно было бы вписать в СФМРЭ с учетом рынка инноваций.

Аналогичная ситуация наблюдается и при анализе взаимозависимости количества инновационных предприятий и объема производимого ВРП (15 квадрант). При анализе было выявлено, что рост числа инновационных предприятий вызывает возрастание объема производимого ВРП. Несмотря на достаточно низкую величину коэффициента аппроксимации, мы предполагаем, что данная зависимость будет укрепляться с течением времени, что позволит оформить дополнительный инструмент воздействия на состояние экономики республики.

При анализе влияния количества инновационных предприятий на норму процен-

та (16 квадрант) было выявлено следующее. Сокращение нормы процента вызывает вполне объяснимый рост и числа инновационных предприятий, что, безусловно, дает четкие ориентиры при формировании кредитной политики региона.

Полученные нами результаты построения СФМРЭ также открывают ряд инструментов для управления отдельными аспектами экономики Республики.

Таким образом, мы дополнили СФМРЭ рынком инноваций, имеющим принципиальное значение в меняющейся среде. Полученные данные мы использовали для анализа временного периода с 2000 по 2013 г. При этом мы пришли к выводу, что в полученной модели был выявлен ряд ключевых взаимосвязей, позволяющих утверждать о целесообразности вносимых изменений в СФМРЭ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ткалич Т. А. Ориентиры результативности информационных систем в экономике предприятия // Научное обозрение. – 2014. – № 4. – С. 314–319.
2. Швец Ю. Ю., Швец И. Ю. Показатели определения социально-экономического эффекта инноваций // Научное обозрение: теория и практика. – 2014. – № 1. – С. 126–134.
3. Воротникова И. В., Зенгер О. Ф. Особенности и проблемы инновационной деятельности в России // Научное обозрение. – 2013. – № 1. – С. 341–343.

Гарипова Екатерина Николаевна, ассистент кафедры «Общий менеджмент», соискатель, ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

Тел.: (843) 233-71-09

E-mail: gar_ekaterina@bk.ru

MODIFICATION OF THE SYSTEMIC FUNCTIONAL MODEL OF MARKET ECONOMY WITH THE INCLUSION OF INNOVATIONS MARKET

Garipova Ekaterina Nikolaevna, assistant lecturer of "General management" department, applicant, Kazan (Volga) federal university. Russia.

Keywords: *economic policy, economic modeling, functional model of market economy, market of production factors, innovations.*

The article presents certain propositions of the suggested approach to modifying the systemic functional model of market economy by innovations market. This uncovers certain opportunities for using separate instruments in managing specific aspects of economy of the Republic of Tatarstan.

ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ «ЗЕЛеной» ЭКОНОМИКИ

*С. Н. КИРИЛЛОВ, Е. Г. ЧЕРНЫШЕВА**

ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова»,

** Европейская юридическая служба,*

г. Москва

Аннотация. Рассматриваются основные принципы формирования экологической культуры в организации, основные закономерности разработки «зеленых» стратегий в условиях развития природосберегающих технологий. Экологичное производство и экологически чистая продукция являются существенным конкурентным преимуществом в условиях «зеленой» экономики.

Ключевые слова: стратегия развития, бизнес, экологическая политика, экологичное производство, «зеленая» экономика.

В настоящее время вопросы сохранения природных богатств нашей планеты приобретают все большее значение. Наиболее сознательная часть населения понимает, что если не принять целенаправленных и продуманных международных мер, то вопрос выживания человеческой цивилизации через короткий промежуток времени станет весьма актуальным. Международное сообщество признает факты необратимого истощения природных ресурсов, высоких уровней загрязнения планеты и невозможность при современном уровне развития науки просчитать все возможные последствия для биосферы этих воздействий.

В нашей стране 15 лет назад были определены в качестве приоритета национальной экологической политики России повышение ценности природных ресурсов и всего природного богатства. Актуальность и универсальность этого экологического приоритета проверена временем. Экологический приоритет неразрывно связан с приобретающим все большее значение социальным приоритетом ценности человеческой жизни и здоровья. Устойчивое развитие общества невозможно обеспечить без данных приоритетов. «Эти ценности и должны лечь в основу политики и идеологии страны для обеспечения нашего социально-экономического и духовного развития по пути гармонизации интересов развития экономики и требований экологической безопасности, определить повышение ценности природы и человека в качестве пути развития общества и его культуры. При опреде-

лившейся значимости приоритета повышения ценности природы движение в этом направлении должно быть выгодно (что обеспечивается экономическими рычагами) и престижно (что определяется уровнем культуры)» [3].

Предпосылками развития «зеленой экономики» являются:

- признание факта вклада антропогенной деятельности в изменение климата;
- международные договоры (Рамочная конвенция ООН, Киотский протокол и др.);
- стремление улучшить качество жизни населения;
- развитие экологических норм и стандартов;
- необходимость перехода на возобновляемые источники энергии и к энергоэффективному потреблению.

Необходимость устойчивого развития экономики требует внедрения на различных иерархических уровнях в процесс управления конкретных механизмов сбалансированного развития. Основными критериями перехода к «зеленой экономике» являются повышение эффективности использования ресурсов, социальная ориентированность развития, пересмотр энергетической стратегии стран, регионов и отдельных предприятий как с точки зрения изменения потребления ресурсов, так и с позиций уменьшения антропогенного воздействия на окружающую среду.

Все большее количество владельцев бизнеса осознают свою социальную и экологическую ответственность. В связи с этими тенден-

циями, прежде всего, претерпевают изменения основные элементы стратегии бизнеса. Миссии бизнеса начинают формулироваться как приоритетные экологические и общечеловеческие ценности. Претерпевают изменения и набор корпоративных ценностей, наряду с бережливым производством внедряются и мягкие методы управления, командный тип культуры организации, увеличивается роль человеческого фактора, декларируются важность экологичности производства и производимого продукта, необходимость мероприятий по восстановлению природных ресурсов, осознание важности экологически ответственного поведения для процветания и успешного развития бизнеса, формируются морально-этические ценности, навыки ответственного поведения в природе, все большее значение приобретают мероприятия, направленные на оздоровление сотрудников, пропаганду здорового образа жизни. Экологичное производство и экологически чистая продукция являются существенным конкурентным преимуществом в условиях «зеленой» экономики.

В развитии государственно-частного партнерства важнейшую роль приобретает реализация экологических программ на базе программно-целевых методов планирования [1]. Экологические показатели становятся приоритетными не только при оценке регионального развития, но и отдельных предприятий [2].

Исходя из вышеперечисленного, можно выделить важнейшие принципы формирования стратегий развития бизнеса в условиях «зеленой» экономики:

- приоритетность экологичности производства;
- производство экологически чистой продукции;
- ресурсосбережение, энергоэффективность и снижение природоемкости;
- целенаправленная работа по восстановлению возобновляемых ресурсов;
- рациональное использование человеческого потенциала;
- формирование здоровьесберегающего пространства;
- экологическое воспитание как неотъемлемая часть корпоративной культуры;
- культивирование морально-этических норм экологичного поведения.

Экологическое поведение во многом зависит от экологического воспитания, развития экологической образованности, накопления экологических знаний, формирования умений и навыков деятельности в природе, пробуждения высоких нравственно-эстетических чувств, приобретения высоко-нравственных личностных качеств и твердой воли в осуществлении природоохранительной работы.

Алгоритм перехода от классического формирования стратегий к «зеленым» стратегиям может быть следующим. Смена стратегии – сложный и многоступенчатый процесс. Если владельцы компании планируют сохранить или занять лидирующие позиции на рынке, у них накоплено достаточное количество ресурсов и есть взвешенное решение о смене стратегий, то можно приступать к формированию видения перспектив развития компании. Это важный процесс и от того насколько подробно и продуманно он реализован, зависит качество комплексного подхода к стратегическому планированию изменений.

Как правило, крупные предприятия, имеющие накопленный потенциал, выбирают комбинированную стратегию изменений, которая включает в себя целенаправленное сочетание изменений, относящихся к целям, задачам, структуре, технологии, человеческому фактору. Стратегия развития фирмы предполагает сочетание организационного, экономического, финансового, производственного, социального развития.

Нам кажется, что вопросы, касающиеся различных аспектов работы с персоналом, в условиях «зеленых» стратегических изменений освещены недостаточно. Реализация стратегии фирмы зависит от эффективности системы стратегических изменений, главными из которых являются изменения в организационной структуре и организационной культуре. Работа с персоналом в отечественных компаниях имеет свои особенности. В большинстве фирм человеческие ресурсы рассматривают как источник прибыли, поэтому не уделяют должного внимания обучению и развитию работников, редко ведется целенаправленная работа по формированию необходимого для данной компании типа организационной культуры. Работа по превращению сотрудников в единомышленников и соавто-

ров изменений – редкость для российского бизнеса.

В самом начале стратегических изменений наиважнейшими являются вопросы не просто информирования работников о ближайших шагах руководства, но и детальное разъяснение причин и сути изменений, перспектив развития фирмы. Вопросы экологического воспитания персонала должны быть приоритетными в корпоративных документах.

Каждый работник компании, осознающий и понимающий проработанные и принятые на предприятии стратегии, приспособляет личные цели к целям предприятия, личные стратегии – к его стратегиям. Внедрение стратегий высвобождает высшее руководство от рутинной работы и необходимости принимать решения по всем мелким вопросам, создает возможность делегирования тактических решений среднему руководящему звену и работникам на местах.

Недостаточно, на наш взгляд, уделяется внимание и формированию здоровьесберегающего пространства, а ведь это прямой путь к повышению лояльности персонала.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кириллов С. Н., Матвеева А. А. Применение программно-целевых методов в реализации экологических программ // Экономика природопользования. – 2013. – № 6. – С. 40–53.
2. Кириллов С. Н., Матвеева А. А., Половинкина Ю. С., Холоденко А. В. Внедрение экологических оценок в систему регионального управления // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2013. – № 2(6). – С. 28–38.
3. Приоритеты национальной экологической политики России / под. ред. В. М. Захарова. – М.: Институт устойчивого развития, 2009. – 152 с.

Кириллов Сергей Николаевич, д-р экон. наук, профессор, ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова»: Россия, 119991, г. Москва, Ленинские горы, 1.

Чернышева Евгения Григорьевна, эксперт по управлению персоналом, Европейская юридическая служба: Россия, 121037, Багратионовский пр-д, 7.

Тел.: (905) 578-36-56

E-mail: eco-msu@mail.ru

PRINCIPLES OF FORMING BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES IN “GREEN” ECONOMY CONDITIONS

Kirillov Sergey Nikolaevich, Dr. of Econ. Sci., Prof., Moscow State university named after M. V. Lomonosov. Russia.

Chernysheva Evgenia Grigorievna, European legal service. Russia

Keywords: development strategy, business, environmental policy, environmentally-friendly production, “green” economy.

The work studies the main principles of ecological culture formation in an organization, the main regularities of “green” strategies development in the conditions of nature conservation technologies elaboration. Environmentally-friendly production and products are an essential competitive advantage in the conditions of “green” economy.

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИНЦИПОВ ПРОЦЕССНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО АНАЛИЗА КЛИЕНТСКОЙ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ НА ОСНОВЕ МЕТОДИКИ РАСЧЕТА СЕБЕСТОИМОСТИ КЛИЕНТОВ ЭНЕРГОСБЫТОВОЙ КОМПАНИИ

А. В. КРУПСКИЙ

*ФГБУН «Институт социально-экономических исследований
Уфимского научного центра РАН»,
г. Уфа, Республика Башкортостан*

Аннотация. Специфика деятельности энергосбытовой компании (ЭСК) заключается в отсутствии производственного процесса и существенных материальных активов, следовательно, клиент – это центральный элемент, формирующий стоимость ЭСК, а оценка и рост клиентской рентабельности могут быть реализованы на основе применения принципов процессно-ориентированного анализа рентабельности.

Ключевые слова: энергосбытовая компания, процессно-ориентированный анализ рентабельности, клиентская рентабельность, бизнес-модель, бизнес-процессы.

Характерной особенностью энергосбытовой компании (ЭСК) является отсутствие производственного процесса, клиент – это центральный элемент, формирующий стоимость энергосбытовой компании. Для привлечения и удержания наиболее рентабельных клиентов предлагается использовать модель комплексного маркетинга 4С, предложенную Р. Лотеборном [5]. Данная модель позволяет учесть новые реалии, сформировавшиеся в результате прошедшей реформы электроэнергетики, выделения конкурентных секторов отрасли и повышения динамичности изменения рыночных условий и отражает смещение акцента маркетинговой деятельности предприятия с продукта на покупателя на основе концентрации внимания на ценностях, нуждах и затратах клиента [2]. Ценность, как и эффективность, является многокритериальной категорией и выступает как субъективная оценка конкретных свойств товара или услуги, то есть определяется потребителем [4]. Важность формирования потребительской ценности определяет необходимость разработки бизнес-модели компании, способной оперативно адаптироваться к рыночным тен-

денциям, определяя оптимальный перечень и себестоимость бизнес-процессов, необходимых для оказания услуг, представляющих максимальную ценность для потребителя. Себестоимость обслуживания клиента является суммой затрат на осуществление бизнес-процессов, необходимых для оказания услуг по энергоснабжению клиента. Таким образом, ключевые элементы, на которых должно быть сконцентрировано внимание компании – ценность услуги и эффективность процесса ее предоставления, что в свою очередь позволяет перейти к понятию клиентской рентабельности для компании-поставщика, как комплексного показателя, отражающего эффективность деятельности энергосбытовой компании.

Оценка и рост клиентской рентабельности могут быть реализованы на основе применения принципов процессно-ориентированного анализа рентабельности (Activity-Based Performance Analysis, ABPA) [3], который основывается на совмещении концепций сбалансированной системы показателей (Balanced Scorecard, BSC) [1] и процессно-ориентированного менеджмента (Activity based management, ABM),

включающего в себя методики учета затрат (Activity-Based Costing, ABC) и бюджетного управления (Activity based budgeting, ABB). Процессно-ориентированный анализ рентабельности, совмещая BSC и ABM, позволяет сопоставить доходы от бизнес-процесса, осуществляемого в компании в интересах ее клиентов, с затратами на его выполнение. В отличие от традиционного подхода, когда затраты относятся на себестоимость товара, а доходы на потребителей, концепция АВРА позволяет соотнести расходы на потребителей и доходы на бизнес-процессы. Таким образом, процессно-ориентированный анализ рентабельности позволяет выявить те бизнес-процессы, которые обеспечивают рост ценности услуги/товара для потребителя, и оценить клиентскую рентабельность на основе сопоставления прибыли от клиента и себестоимости бизнес-процессов, необходимых для предоставления ему услуг. В АВРА единицей управления является бизнес-процесс, а единицей анализа – клиент, так как он является центром формирования прибыли и затрат (рис. 1).

Принимая во внимание ключевые особенности энергосбытовой компании, зада-

ча повышения эффективности деятельности на основе снижения издержек сводится к сокращению себестоимости оказываемых услуг клиентам. Основной сложностью при этом является расчет объема затрат на обслуживание клиента, а именно распределение косвенных затрат. В структуре необходимой валовой выручки ЭСК наиболее весомыми статьями затрат являются расходы на оплату труда и социальные нужды, что составляет более 40% (рис. 2), при этом материальные расходы – не более 15%, таким образом ключевым ресурсом и элементом затрат энергосбытовой компании является персонал.

Автором разработана методика расчета себестоимости клиента энергосбытовой компании на основе оценки затрат на выполнение бизнес-процессов, что позволяет определять их оптимальный состав и структуру в целях формирования максимальной добавочной стоимости услуг (рис. 3). Методика расчета себестоимости клиента энергосбытовой компании включает в себя последовательный расчет себестоимости ресурса, бизнес-процессов, услуг и клиента. Оценка себестоимости клиента энергосбытовой компании на основе анализа объема затрат

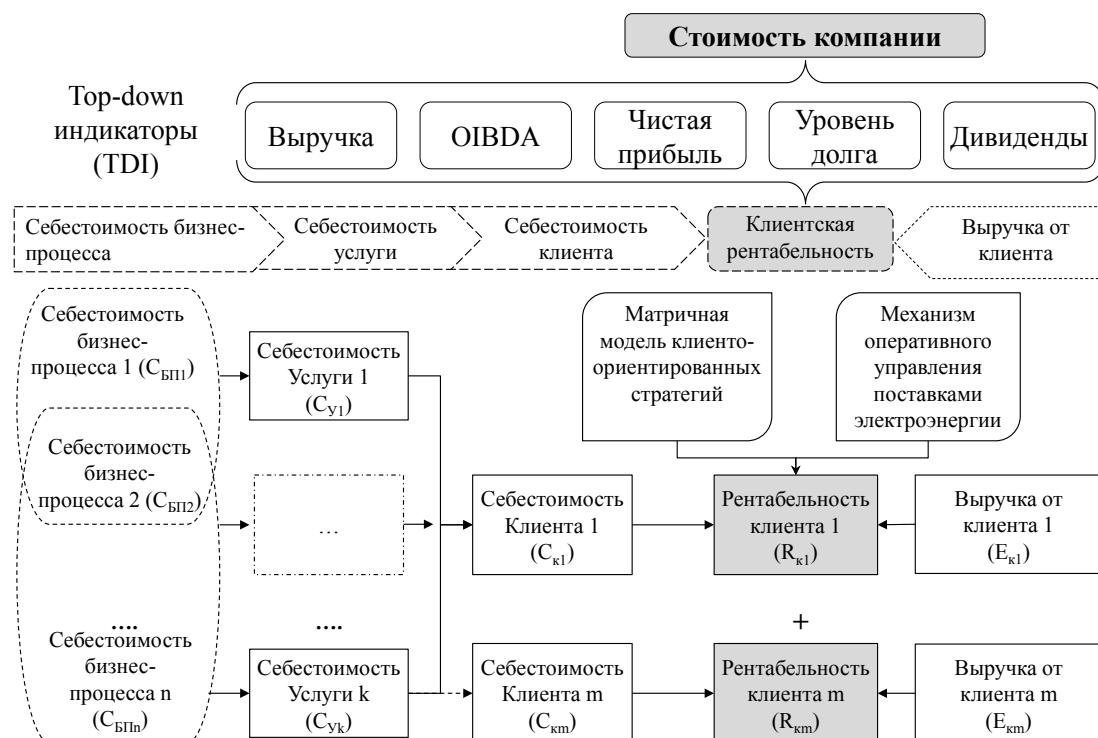


Рисунок 1. Концептуальная модель управления развитием энергосбытовой компании на основе процессно-ориентированного анализа клиентской рентабельности

Рисунок 2. Структура и объем затрат на реализацию электрической энергии

Рисунок 3. Методика расчета себестоимости клиента энергосбытовой компании

на выполнение бизнес-процессов позволяет определять их оптимальную структуру и перечень в целях формирования максимальной добавочной стоимости услуг.

Реализация предложенных методических и практических рекомендаций позволит сформировать оптимальную организационно-финансовую бизнес-модель энергосбытовой компании, способную обеспечить устойчивое функционирование и развитие на основе определения зон ответственности за финансовый результат компании, повышения эффективности бизнес-процессов и роста клиентской рентабельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию. – М. : Олимп-бизнес, 2010. – 320 с.
2. Крупский А. В. Комплексный маркетинг энергосбытовой компании на основе согласованного уровня предоставления услуг и анализа клиентской рентабельности // *Фундаментальные исследования*. – 2013. – № 8 (ч. 2). – С. 424–428.
3. Мейер М., Маршал В. Оценка эффективности бизнеса: что будет после сбалансированной системы показателей. – М. : ООО «Вершина», 2004. – 272 с.

-
-
4. ЛаСалль Д., Бриттон Т. А. Бесценные: как превратить обычные товары в необычные впечатления. – М. : Вильямс, 2006. – 192 с.
 5. Официальный сайт профессора Р. Лотеборна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://rlauterborn.com/pubs/pdfs/4_Cs.

Крупский Андрей Викторович, начальник отдела, ООО «Энергосбытовая компания», соискатель, ФГБУН «Институт социально-экономических исследований Уфимского научного центра РАН»: Россия, 450054, г. Уфа, просп. Октября, 71

Тел.: (987) 477-27-82

E-mail: informedia@mail.ru

IMPLEMENTATION OF THE PRINCIPLES OF PROCESS-ORIENTED ANALYSIS OF CLIENTS' PROFITABILITY BASED ON THE METHOD OF CALCULATING THE NET COST OF CLIENTS OF AN ENERGY SALES COMPANY

Krupsky Andrey Viktorovich, head of department, "Energosbytovaya kompania" Ltd., applicant, Institute of social-economic research of the Ufa research center of the RASc. Russia.

Keywords: energy sales company, process-oriented profitability analysis, clients' profitability, business model, business processes.

The specificity of an energy sales company's activity lies in the absence of production process and significant material assets. Thus, a client is the central element that forms the cost of an energy sales company. The assessment and increase of clients' profitability may be implemented on the basis of applying the principles of process-oriented profitability analysis.

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ЗАРУБЕЖНЫЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ

О. Б. КАЗАКОВА, Н. А. КУЗЬМИНЫХ
ФГБОУ ВПО «Башкирский государственный университет»,
г. Уфа, Республика Башкортостан

Аннотация. В статье проанализирован зарубежный опыт инновационного развития, выявлены преимущества и недостатки государственного регулирования инновационной деятельности. На основе проведенного анализа предложены направления формирования и реализации государственной инновационной политики в России.

Ключевые слова: инновационный путь развития, государственная инновационная политика, инновационный потенциал, инновационная деятельность.

Инновационный потенциал зарубежных стран в середине XX в. получил активное развитие, вызванное обострением конкуренции в области высоких технологий со стороны иностранных компаний, стремлением повышения эффективности использования в коммерческих целях научных и технологических результатов, полученных в ходе освоения федеральных бюджетных ассигнований на НИОКР. В США активная инновационная деятельность началась с 50-х гг. XX в., во Франции, Бельгии – с начала 70-х гг. XX в., в Австралии, Бразилии, Индии, Канаде, Китае, Малайзии, Сингапуре, ФРГ, Японии – в 80-е гг. XX в., в России (СССР) – с 1990 г., в Белоруссии – с 1992 г., в Украине – с 2000 г. При этом каждая инновационная деятельность имеет свои особенности государственного регулирования.

Трансформация предприятий добычи древесины в Финляндии в инновационные развеяла миф о неинновационности добывающих секторов. При этом, сделав ставку на государственное стимулирование малого венчурного бизнеса и заинтересовав крупные корпорации, Финляндия обеспечила прорыв в области телекоммуникаций. Передовой компанией в данной области считается NOKIA.

Под влиянием все возрастающего внешнего спроса Израиль обеспечил себе интеграцию в мировую экономику на основе

создания собственных инновационных технологий, в частности наблюдается кооперация инновационной деятельности с США, где осуществляется значительная поддержка со стороны государства. Все это явилось стимулом к формированию национальной инновационной системы, эффективно функционирующей в настоящее время.

Традиции, сложившиеся в Индии и основанные на кастовости общества, мощном государственном планировании с ориентацией на внутренний рынок, позволили сформировать стабильную постиндустриальную экономику. При этом владение населением английским языком позволило обеспечить базу для переноса на территорию страны колл-центров различных мировых корпораций.

Выйдя из СССР, Казахстан был сориентирован на инновационное развитие благодаря реализации государственной инновационной программы среднесрочного планирования до 2015 г. Стратегический характер ориентации экономики на инновационный путь обеспечил устойчивое социально-экономическое развитие и укрепление инновационного потенциала предприятий.

По существующим оценкам, рост экономики США на 50% объясняется инновациями, тогда как для России такая зависимость определяется только лишь на 15%.

Основной причиной такой расстановки сил является высокая концентрация интеллекта в США, с чем не может конкурировать ни одна страна в мире. Причина кроется в особых условиях инновационной деятельности в США.

Крайне полезен опыт США в части стимулирования инновационного развития, где действует Национальная программа поддержки инновационного бизнеса. Программа предполагает проведение конкурсов инновационных проектов, в которых, по существующей статистике, выигрывает 1 проект из 13. Победитель получает грант в размере \$ 100 000. По результатам анализа использования гранта компания может надеяться на получение еще одного гранта в размере \$500 000, после чего в случае успеха компания может получить многомиллионный кредит для выведения продукта на рынок.

При этом не следует слишком бояться коррупционных издержек, т. к. результаты роста экономики их оправдывают. США агрессивно поддерживают своих производителей на внешних рынках, что стимулирует рост спроса на инновации.

Япония, не обладая полезными ископаемыми, является примером для подражания в части развития обрабатывающих производств, эффективно функционируют крупные корпорации, которые определяют ориентиры инновационного развития экономики. При этом высокая культура потребления на национальном уровне стимулирует повышение спроса и потребления.

Спрос на инновации в странах Юго-Восточной Азии был обеспечен за счет развития связей с трансграничными корпорациями. В Малайзии такой процесс интеграции позволил осуществить скачок в постиндустриальное общество, минуя стадию индустриализации. В России такому сценарию препятствует отсутствие развития национальных инноваций. Так, длительность стандартного цикла существования в России иностранных сборочных производств составляет два года. После чего в отсутствии развития продуктовой линейки за рубежом появляются новые технологии, а спрос на устаревшие товары падает и производство сворачивается. Выход может быть найден за счет поддержки малого бизнеса и поддерж-

ки государством производителей комплектующих.

Вместе с тем существующие тенденции в распределении на мировом рынке труда позволяют заключить: России не свойственен путь стран Юго-Восточной Азии – в России слишком дорогой труд.

Опыт Австралии полезен в части поддержки отдельных сырьевых отраслей экономики на фоне схожих с Россией пропорций экономики, науки, а также некоторых культурных аспектов [7].

Глобализирующиеся процессы оказывают огромное влияние на российскую науку и инновационную сферу, поскольку обеспечивается открытость всех хозяйствующих субъектов. Разворачиваются процессы усиления интернационализации исследований, обуславливающие циркуляцию кадров, развития и укрепления науки в университетах с усилением практической направленности университетских исследований и разработок. Все это должно осуществляться за счет активизации бизнес-структур по инвестиционно-финансовой поддержке инновационной деятельности [2, с. 23–24].

В последнее время крупные предприятия Российской Федерации заинтересованы в покупке технологий, исключением явился 2011 г., когда осуществился перенос акцента на проведение или заказ исследований и разработок. В целях обеспечения высоких конкурентных преимуществ предприятия ищут новые ресурсы обновления. Ссылаясь на опрос, проведенный PricewaterhouseCoopers, стоит отметить, что 58% российских компаний, охватывающих внутренний рынок, обладают инновационными технологиями, компании, действующие и на зарубежных рынках, – 85,0%. Вместе с тем в целом по стране бизнес не проявляет интерес к финансово-инвестиционной поддержке исследований и разработок, наблюдается отрицательная динамика показателей «доля предпринимательского сектора в суммарных затратах на исследования и разработки» и «уровень использования потенциала научных разработок» [2, с. 23].

Как установлено в ходе исследования, создание благоприятной законодательной базы является залогом успеха для формирования и развития инновационного потенциала. Российское законодательство содержит

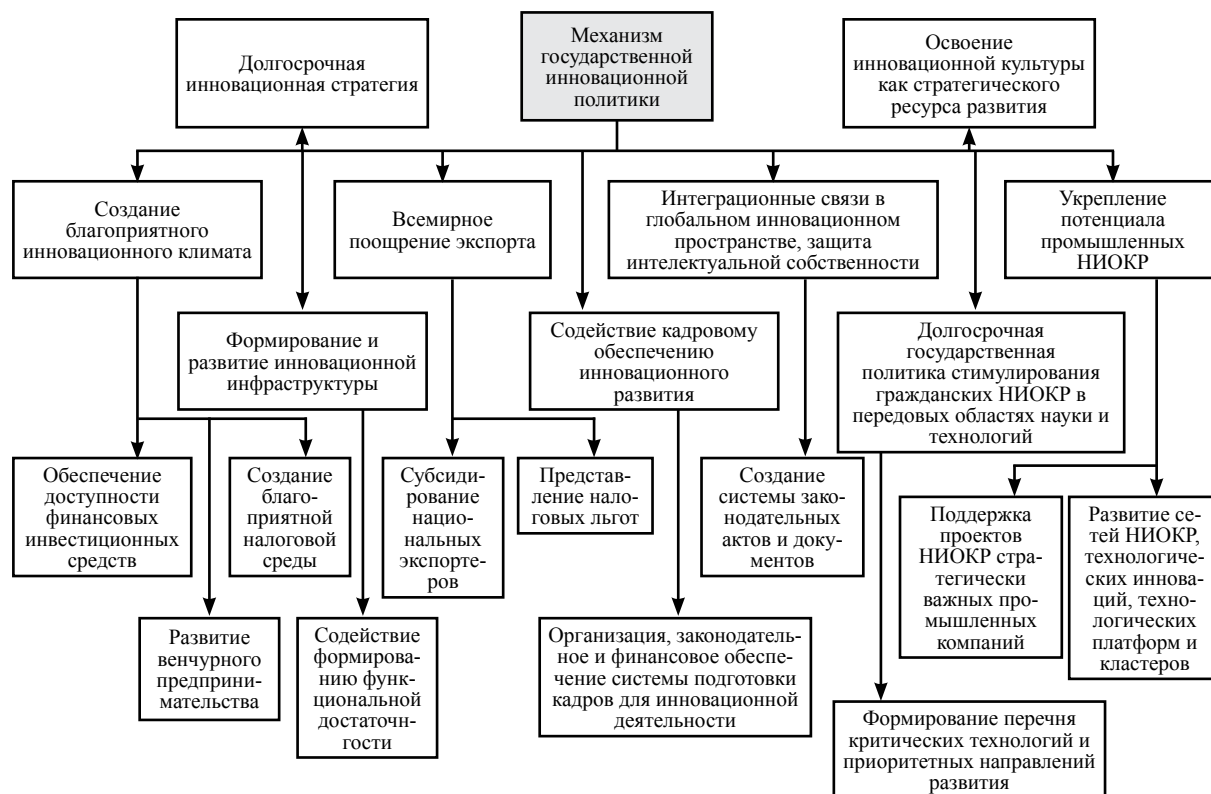


Рисунок 1. Механизм формирования и реализации государственной инновационной политики

необходимые правовые институты, способные обеспечить регулирование инновационных процессов.

Однако из опыта развитых стран видно, что наличие сложившейся правовой и судебной системы еще не является гарантией интенсивного инновационного развития экономики, которая на определенных этапах своего развития требует дополнительной правовой поддержки [5]. Так, в рамках государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика», утвержденной распоряжением Правительством Российской Федерации от 29 марта 2013 г. № 467-р, реализуются девять подпрограмм по формированию благоприятной инвестиционной среды, развитию малого и среднего предпринимательства, созданию благоприятных условий для развития рынка недвижимости, совершенствованию государственного и муниципального управления, стимулированию инноваций, повышению эффективности функционирования естественных монополий и иных регулируемых организаций и

развитию стимулирующего регулирования, кадрам для инновационной экономики, совершенствованию системы государственного стратегического управления и формированию официальной статистической информации.

Роль государства в научной и инновационной сферах России остается центральной, и его влияние возрастает. Государство регулирует не только научную деятельность в государственных НИИ и вузах, но и все больше влияет на инновационную активность бизнеса, в частности, оказывая воздействия, направленные на стимулирование роста расходов бизнеса на исследования и разработки. Именно в последние годы появился термин «принуждение к инновациям» – так государство старается повысить инновационную активность бизнеса, в первую очередь крупного [8].

Подтверждением сказанного служат несколько тенденций последнего времени. Первое: растет доля федерального бюджета во внутренних затратах на исследования и разработки. Второе: фактически произо-

шло сокращение масштабов конкурсного грантового финансирования инициативных проектов. Нарастают попытки преобразовать научные фонды в структуры, функционирующие по принципу так называемых «институтов развития» (с усилением фокуса на «полезность» результатов исследований, их дальнейшее коммерческое использование). Третье: участники инновационного процесса устойчиво ориентируются на бюджетные средства (включая различные субъекты технологической и финансовой инфраструктуры). Феномен «бюджетного инноватора» – это следствие «принуждения к инновациям» [8].

На фоне отмеченных тенденций есть и позитивные изменения. Они связаны, прежде всего, с готовностью государства сделать сферу «генерации знаний» более открытой, чтобы она стала частью глобальной инновационной системы. Первые шаги в этом направлении – привлечение научной и технологической диаспоры к экспертизе проектов, финансирование создания лабораторий в вузах под руководством ведущих (преимущественно зарубежных) ученых мира, разработка программы дополнительного обучения ведущих ученых за рубежом. При наличии проблемных моментов в механизмах реализации названных инициатив, все они – безусловно, шаг вперед по сравнению с прежними периодами, когда международное сотрудничество сводилось к межгосударственным научным обменам и членству России в международных организациях [8].

Наконец, новым явлением стало формирование институтов, которые можно отнести к гражданскому обществу в науке. В конце 2011 г. – начале 2012 г. были основаны сразу два научных общества – Российская ассоциация содействия науке (РАСН) и Общество научных работников (ОНР), имеющие похожие цели – продвижение интересов науки, в том числе с возможностью влияния на бюджетный процесс. Их появление можно объяснить, с одной стороны, усложнением связей в инновационной системе. С другой стороны, это можно трактовать в качестве реакции противодействия усиливающейся иерархической структуре управления наукой и инновационной сферой [8].

В целях повышения конкурентоспособности и обеспечения социально-экономи-

ческого роста России следует обратить внимание на активизацию механизмов стимулирования инновационной деятельности.

Учитывая все вышесказанное, предлагается механизм формирования и реализации государственной инновационной политики, который представлен на рисунке 1 [1, 3, 4].

Итак, отсутствие последовательной государственной политики инновационного развития экономики усиливает технологическое отставание отечественного производства во многих случаях до кризисного уровня и многократно увеличивает масштабы ресурсно-инвестиционных потребностей в будущем. Следовательно, необходима поддержка со стороны государства во всех направлениях: финансирование, создание законодательной и нормативно-правовой базы, формирование национальной инновационной системы и модели инновационного развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Валинурова Л. С., Казакова О. Б., Кузьминых Н. А., Мазур Н. З. Инновационное развитие российской экономики: проблемы и перспективы. – М. : Палеотип, 2013. – 166 с.
2. Иванова Н. И. Наука и инновации: выбор приоритетов / отв. ред. Н. И. Иванова. – М. : ИМЭМО РАН, 2012. – 235 с.
3. Казакова О. Б. Институциональные условия инновационного развития экономики. – М. : Палеотип, 2012. – 144 с.
4. Кузьминых Н. А. Инновационное развитие социально-экономических систем в условиях кризиса: состояние и возможности. – Уфа : БАГСУ, 2011. – 167 с.
5. Осипов В. К. О совершенствовании законодательного обеспечения инновационного развития Российской Федерации // Инновации. – 2010. – № 10.
6. Правовые и организационные механизмы стимулирования инноваций: зарубежный опыт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.tomskfoun.ru.
7. Развитие инновационной составляющей экономики России: перспективы и роль экономической политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.buzdalin.ru/text/innovation_rus.
8. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.imemo.ru/ru/publ>.

Казакова Оксана Борисовна, д-р экон. наук, профессор, ФГБОУ ВПО «Башкирский государственный университет»: Россия, 450076, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32.

Кузьминых Наталья Александровна, канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Башкирский госу-

дарственный университет»: Россия, 450076, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Заки Валиди, 32.

Тел. (347) 272-63-70

E-mail: kazakovaokhona@mail.ru

INSTRUMENTS OF STATE REGULATION OF INNOVATIVE ACTIVITY: RUSSIAN AND FOREIGN EXPERIENCE

Kazakova Oksana Borisovna, Dr. of Econ. Sci., Prof., Bashkir State university. Russia.

Kuzminykh Natalia Aleksandrovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Bashkir State university. Russia.

Keywords: innovative way of development, state innovative policy, innovative potential, innovative activity.

The article analyzes the foreign experience of innovative development and uncovers the advantages and disadvantages of state regulation of innovative activity. Based on the analysis, the work suggests the directions for the formation and implementation of state innovative policy in Russia.

СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ В ОТНОШЕНИИ СЕМЕЙ РАБОТНИКОВ: НАПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

С. В. КИШКО

*Белорусский государственный экономический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Аннотация. Социальная политика в отношении семей работников активно реализуется на предприятиях в развитых странах мира. Программы корпоративной семейной политики весьма разнообразны и включают в себя множество направлений. В статье выделяются мотивы проведения и перспективы развития корпоративных семейных политик.

Ключевые слова: социальная политика в отношении семей работников, дружественная в отношении семьи политика предприятий, корпоративная семейная политика, социальная поддержка семей работников.

Социальная политика в отношении семей работников (называемая также дружественная в отношении семьи политика предприятий или корпоративная семейная политика), проводимая работодателем, в настоящее время широко реализуется на предприятиях во многих странах мира. Корпоративные программы социальной поддержки семей, помимо специально предназначенных для работников фирм, могут включать программы для семей региона, в котором действует данная фирма, а в отдельных случаях осуществляются и программы, касающиеся социально-экономического обеспечения семей страны в целом.

Корпоративная семейная политика – совокупность мероприятий и нормативных положений, определяющих порядок взаимодействия руководства корпораций с профсоюзом, трудовым коллективом с целью решения социально-экономических проблем семей работников, формирования благоприятных условий совмещения труда и семейной деятельности (деятельности в семье).

На многих предприятиях непосредственно сами работники выполняют работу по разработке и реализации тех или иных социальных программ, предприятие лишь финансирует данные программы. Программы корпоративной семейной политики могут закрепляться в отдельных разделах программ социальной политики корпораций, коллективных договорах, отраслевых соглашениях,

между наемными работниками, профсоюзами и работодателем. В рамках сложившейся практики выделяют следующие направления социальной политики предприятий в отношении семей работников [1–4]:

1) Финансовая поддержка семей работников, воспитывающих несовершеннолетних детей. Данный вид поддержки семей работников и их родственников используется на многих западных предприятиях. На более крупных предприятиях, как, например, BMW, существуют специальные фонды для оказания финансовой поддержки работникам на приобретение их семьям детских колясок, одежды, канцелярских товаров школьникам или новых слуховых аппаратов для пожилых близких родственников [1].

Следует отметить, что предоставление финансовой поддержки для сотрудников, имеющих особое семейное положение, – это простейший способ поддержки работающих родителей, доступный даже малым предприятиям.

2) Формирование индивидуальных договорных гибких графиков работы сотрудников, имеющих несовершеннолетних детей. Выделяют три вида гибких рабочих графиков:

– гибкий рабочий график с возможностью самостоятельного выбора начала и конца рабочего дня, но не количества часов, которое необходимо отработать;

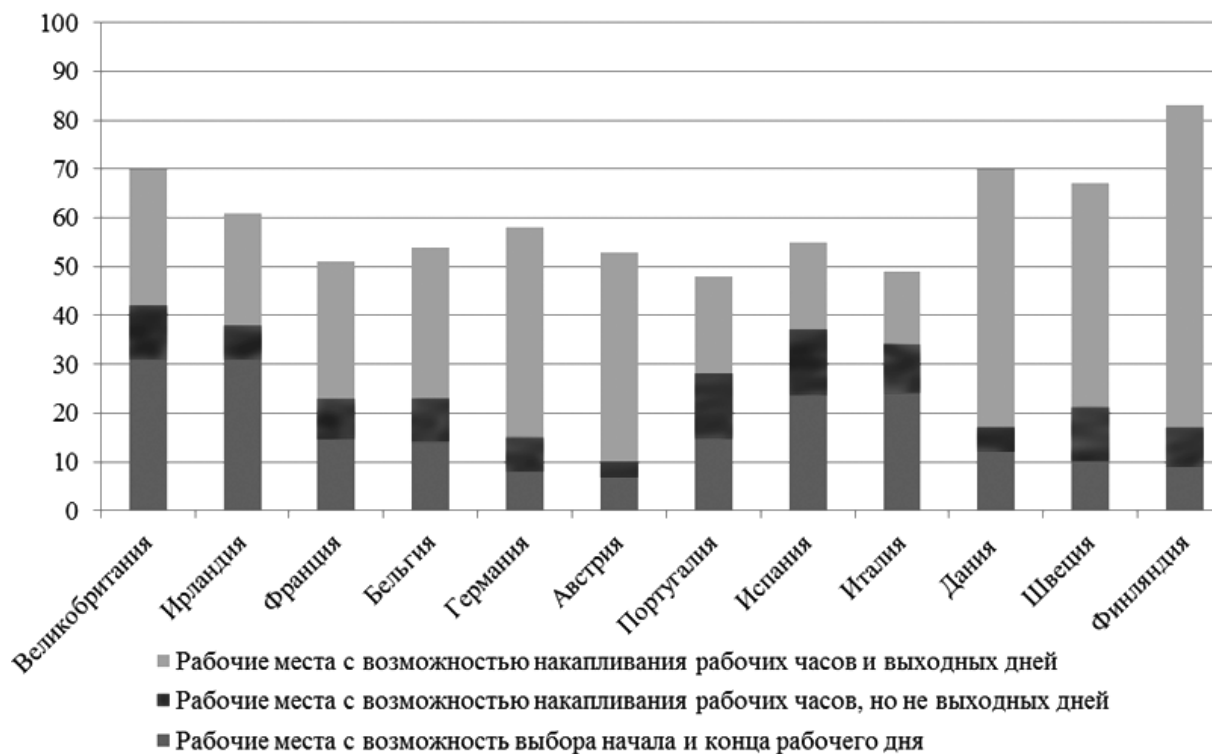


Рисунок 1. Доля компаний, использующих гибкие рабочие графики в некоторых странах ОЭСР, %

– гибкий рабочий график с возможностью накапливать рабочие часы, но не выходные дни;

– гибкий рабочий график с возможностью накапливать рабочие часы и выходные дни.

Гибкие графики работы становятся все более и более популярными в динамично-развивающихся компаниях (рис. 1). В некоторых странах ОЭСР количество рабочих мест с гибкими рабочими графиками достигает 60–80%.

3) Информационная помощь работникам (будущим родителям) по вопросам семьи. Многие компании осуществляют информационную помощь будущим родителям посредством предоставления специализированной литературы по уходу за детьми, способствуют обмену информацией и опытом между сотрудниками по вопросам совмещения работы и семьи. Примером успешной реализации платформы для обмена информацией для родителей является платформа немецкого банка Нуро Vereinsbank [4]. Работники банка отмечают, что данная плат-

форма предоставляет большой объем информации по уходу за детьми, их воспитанием, кроме того, на ней можно найти советы и обменяться опытом совмещения семейных обязанностей и работы, что повышает производительность труда сотрудников.

4) Финансирование учреждений по уходу за детьми, создание корпоративного института нянь и т. д. Создание на балансе предприятия детского сада может быть эффективным способом удовлетворения проблем, связанных с низкой обеспеченностью населения дошкольными детскими учреждениями. Однако данная мера корпоративной семейной политики является затратной даже для крупных предприятий, поэтому важно оценить потребности сотрудников в данном учреждении, или, может, целесообразнее заключить договор с частными учреждениями для временного решения проблемы нехватки мест в детских садах. Затраты по созданию собственного детского сада или затраты на аренду мест в частных дошкольных учреждениях могут в долгосрочной перспективе быть уравнове-

шены за счет сокращения расходов в связи со снижением темпов прогулов, повторного ухода в отпуск по уходу за детьми, увеличением мотивации и производительности, так как у родителей больше не будет беспокойства по уходу за ребенком [1].

5) Поддержка контактов с сотрудниками корпорации и совершенствование их профессиональных качеств во время декретного отпуска. В связи с тем что во многих странах сотрудники имеют право быть в отпуске по уходу до трех лет, а затем вернуться к своей предыдущей работе, как для самого работника, так и для компании выгодно и целесообразно поддерживать контакты в течение этого времени. Существует много различных способов поддержания контактов: неофициальное участие сотрудника в корпоративных мероприятиях, семинарах, тренингах, собраниях профсоюзов или даже выполнение сотрудником выборочных заданий. Кроме того, некоторые сотрудники заранее планируют преждевременный выход на работу, информируя работодателя, тем самым сокращая кадровый дефицит компании.

б) Косвенные меры поддержки семей с детьми (завтраки и обеды в столовой персонала, групповые поездки и т. д.) и другие меры.

Следует отметить, что основным мотивом для проведения корпоративной семейной политики со стороны предприятия выступает получение выгод в долгосрочном периоде от проводимых социальных инвестиций в работников, которые способствуют повышению человеческого капитала работников [5, с. 57]. Кроме того, создание дополнительных условий для совмещения трудовой деятельности и семейных обязанностей положительно влияет на работу сотрудников компании, повышается производительность труда, а соответственно растет и прибыль. Реализация социальных программ положительно отражается на имидже компании, способствует повышению доверия, как со стороны покупателей, так и партнеров, инвесторов и кредиторов.

Но стоит учитывать тот факт, что основная цель бизнеса – это максимизация прибыли, поэтому финансирование социальных программ должно подкрепляться не только альтруистическими, но и рациональ-

ми мотивами (соотношение затрат и выгод). На данном этапе развития социальной политики в отношении семей работников предприятия существуют проблемы неосведомленности по вопросам формирования и реализации программ семейной политики, отсутствие доверия между руководством и сотрудниками, высокие затраты на социальные программы и сложность их оценки.

В связи с этим необходимо принятие комплекса мер на уровне государства, направленных на развитие корпоративных семейных политик; повышение прозрачности социальных инвестиций, снижение бюрократизации и коррупции при проведении таких программ; необходимо разработать систему показателей для мониторинга и оценки проводимой политики на предприятиях. Комплекс мер по стимулированию развития программ корпоративной семейной политики может включать меры, направленные на формирование благоприятного налогового режима для корпораций, инвестирующих средства в программы корпоративной семейной политики, за счет уменьшения налоговой базы на данную сумму; создание стимулирующих льгот для работодателей при создании таких программ и т. д.

ЛИТЕРАТУРА

1. Peus C. Work-Family Balance? The Case of Germany: Workplace Center, Sloan School of Management the MIT Workplace Center, Munich, 2006. – 29 p.
2. Feldman D. Reconceptualizing the nature and consequences of part-time work / D. Feldman // *Academy of Management Review*. – 1990. – № 15. – P. 103–112.
3. Flüter-Hofmann C., Flüter-Hofmann S. Arbeitszeitflexibilisierung – Erfolgskonzept auch für kleine und mittlere Unternehmen. – Köln, 2003.
4. Skandura T., Lankau A., Melenie J. Relationships of gender, family responsibility and flexible work hours to organizational commitment and job satisfaction // *Journal of Organizational Behavior*. – 1997. – № 18. – P. 377–391.
5. Козлов В. А. Социальная и семейная политика корпораций с точки зрения экономической рациональности // *Экономические науки*. – 2010. – № 11(72). – С. 56–59.

Кишко Светлана Васильевна, аспирант кафедры «Экономическая теория», Белорусский государственный экономический университет: Республика Беларусь, 220070, г. Минск, Партизанский просп., 26.

*Тел.: (375-17) 209-88-88
E-mail: svetlana_kishko@mail.ru*

**SOCIAL POLICY OF ENTERPRISES TOWARDS THE FAMILIES OF EMPLOYEES:
DIRECTIONS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT**

Kishko Svetlana Vasilievna, postgraduate student of “Economic theory” department, Belarus State economics university. The Republic of Belarus.

Keywords: *social policy towards the families of employees, family-friendly policy of enterprises, corporate family policy, social support of the families of employees.*

Social policy towards the families of workers is actively implemented at enterprises in developed countries. The programs of corporate family policy are extremely varied and include multiple directions. The article distinguishes the motives of organization and development prospects of corporate family policies.

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

М. В. НИКОЛАЕВ

*ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
Казанский кооперативный институт (филиал)*

*АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Статья посвящена исследованию тенденций развития, складывающихся в сфере малого предпринимательства российской экономики и его влияния на экономический рост. Проанализированы динамика изменения количества малых предприятий; изменение численности занятых в малом бизнесе, динамика распределения малых предприятий по видам экономической деятельности.

Ключевые слова: малые предприятия, малый и средний бизнес, экономический рост, эффективность производства, технологический базис.

Сектор малого предпринимательства играет в рыночной экономике важную роль, непосредственно влияя на величину и структуру валового внутреннего продукта (ВВП) и в значительной мере определяя темпы экономического роста. В развитых рыночных странах на его долю приходится до 70 и более процентов создаваемого ВВП. Малые и средние предприятия активизируют перестройку экономической структуры и выдают до 90% всех открытий, новаций и технологических разработок [1, с. 7], формируя тем самым предпосылки перехода к новому качеству экономического роста.

В Российской Федерации становление сектора малого предпринимательства начинается в 1990-е гг. и характеризуется непростой динамикой, в особенности в территориальном разрезе. Численность малых предприятий и по стране в целом медленно увеличивалась до 1999 г. В 2000 и 2001 гг. в большинстве округов она снижалась, но, начиная с 2002 г. по настоящее время, формируется весьма устойчивая тенденция к росту, а абсолютное количество в стране достигло в 2013 г. 2 млн ед.

Неоднородная картина в федеральных округах. Наиболее четкая тенденция к последовательному росту наблюдается только в двух из них – Центральном и в

Приволжском. В Северо-Западном, Сибирском и Дальневосточном до 2003 г. какой-либо четкой тенденции не просматривается, рост начинается только с 2004 г. В Уральском округе до 2003 г. имело место снижение количества малых предприятий, сменившееся ростом также только в 2004 г.

Таким образом, в динамике количества малых предприятий по стране можно, с некоторой долей условности, выделить три периода: с начала 1990-х гг. до 1998–1999 гг. – период медленного, иногда незначительного, роста; 2000–2003 гг. – период снижения или замедления роста; 2004–2013 гг. – период устойчивого роста, но с замедляющимися темпами.

В 2013 г. в анализируемой динамике были зафиксированы некоторые негативные тенденции. В I квартале этого года количество малых предприятий сократилось, по сравнению с аналогичным периодом 2012 г., на 1,5%, количество средних предприятий – на 3,4%, а за первое полугодие 2013 г. резко уменьшилось на 10,5%, т. е. на 422,2 тыс. человек, количество индивидуальных предпринимателей [2, с. 331].

Наряду с показателем абсолютного количества малых предприятий, важную роль в оценке динамики играет изменение их численности в расчете на 10 тыс. населения. Анализ показал, что с 2008 по 2013 г. и по

России в целом, и по всем федеральным округам эта численность возрастала, хотя и разными темпами. Соответствующее максимальное значение (236 ед.) пришлось в 2012 г. на Северо-Западный федеральный округ. Однако, несмотря на положительную динамику показателя, положение дел здесь нельзя считать полностью удовлетворительным, т. к. по его значению Россия все еще занимает одно из наиболее низких мест среди развитых рыночных стран.

Динамике количественного состава малых предприятий в основном соответствует изменение среднесписочной численности занятых на них лиц. Так, в 2003 г. по Российской Федерации прирост этого показателя по отношению к 2000 г. составил 13,1%. Максимум пришелся на середину анализируемого периода: прирост в 2009 г. по отношению к 2006 г. – 19,1%. Однако в 2012 г. по отношению к 2009 г. прирост упал до 5%, т. е. налицо тенденция к замедлению. Аналогичная ситуация просматривается в Северо-Западном, Приволжском, Уральском и Сибирском округах. В Центральном и Южном имеет место не просто замедление, но и абсолютное сокращение прироста: на 0,96 и 0,99% соответственно. По состоянию на 2013 г. в целом по России в секторе малого и среднего бизнеса был занят каждый четвертый работник. При этом доля оборота производимых здесь товаров и услуг составила около 25% от общероссийского [2, с. 330]. Однако в 2013 г. произошли и некоторые негативные явления в сфере занятости. Во-первых, за первый квартал сократилась на 0,8% численность занятых на средних предприятиях. Во-вторых, наметилась тенденция к сокращению занятости на крупных предприятиях, не сопровождающаяся одновременным вовлечением высвобождаемых работников в сектор малого предпринимательства, что позволяет сделать вывод о расширении неформального сектора в экономике, поглощающего эту рабочую силу [2, с. 331]. Так, с января по март 2013 г. численность занятых в нем возросла на 2%.

Рассмотрим динамику распределения малых предприятий по видам экономической деятельности, играющего важную роль в характере их влияния на экономический рост. Анализ показал, что подавляющая часть малых предприятий (две трети и более) – это предприятия оптовой, розничной торгов-

ли и различных видов ремонта. Их доля в целом по стране практически не меняется: 66% в 2007 г.; 65,2% в 2008 г.; 65% в 2009 г.; 66% в 2012 г. Аналогичная картина и в федеральных округах. Например, в 2012 г. эта доля в Центральном округе составила 68,4%; в Северо-Западном – 68%; в Южном – 64%; в Сибирском – 67%.

В связи с этим обратим внимание на то, что в странах с развитой рыночной экономикой преобладание в сфере малого предпринимательства предприятий преимущественно розничной торговли и услуг имело место еще в первой половине XX столетия, примерно до 70-х гг., когда в экономике и бизнесе быстрыми темпами происходило усиление роли государства и государственной собственности, сращивание предпринимательских и государственных структур и капиталов, а мелкий бизнес, не способный конкурировать с ними, по существу вытеснялся на экономическую периферию. Однако положение начало радикально меняться в 1980-е гг. по мере формирования предпосылок развития пятого технологического уклада, уравнивающих за счет информационных технологий конкурентные возможности крупного и мелкого производства, дав им тем самым возможность эффективно функционировать не только в торговле и услугах, но и в технологически развитых секторах производства.

В этом смысле сегодняшний российский малый бизнес как раз и реализует главным образом те, по существу, вспомогательные функции, которые он выполнял в рыночных странах на индустриальной стадии их развития. А поэтому дальнейшее увеличение их количества, если оно не сопровождается изменением технологического базиса, вряд ли целесообразно и имеет преимущественно социальное значение – увеличение занятости, индивидуальных доходов и т. п., не влияя при этом существенно ни на улучшение структуры производства, ни на повышение его эффективности, ни на качество экономического роста.

Заметим еще, что воздействие малого бизнеса на экономический рост происходит более сложно, чем это нередко представляется в литературе, и еще не все линии связи здесь выявлены. По крайней мере в США, где малых и средних предприятий в настоящее время наибольшее количество (более 30 млн единиц), ряд ученых еще в начале 90-х гг. ут-

верждали, что именно это является причиной снижения уровня жизни американцев и недостаточно выраженного экономического роста, и считали оправданными любые меры по возвращению субъектов малого предпринимательства в крупный бизнес [3].

Из сказанного следует вывод, что расширение масштабов малого бизнеса не может быть самоцелью, а является объективным следствием изменения технологического базиса производства и организационно-экономической среды, а сам он может эффективно существовать и функционировать только в органичной взаимосвязи с другими формами производства и предпринимательства.

С этой точки зрения можно утверждать, что российская экономика постепенно преодолела главные сложности и противоречия переходного периода в развитии малого предпринимательства и его влияния на экономический рост и начала выходить на траекторию сбалансированного развития. Дальнейшее будет зависеть не столько от увеличения количества этих предприятий, сколько от создания экономических и институциональных условий для их кооперации с крупным бизнесом на основе принципа дополненности и распределения функций, превращения малого бизнеса из сек-

тора, выполняющего посреднические функции, в проводника технологических перемен, способного придать новый импульс инновационному развитию экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Красулин А. Большие проблемы малого бизнеса // Парламентская газета. – № 48(2390). – 24 с.
2. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2014 г. и на плановый период 2015 и 2016 годов [Электронный ресурс]. – М., 2013. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/70226500>.
3. Brown C., Hamilton J., Medoff J. *Employers Large and Small*. – Cambridge : Harvard University Press, 1990. – 109 p.

Николаев Михаил Викторович, д-р экон. наук, профессор, ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (843) 233-71-09

E-mail: Mikhail.Nikolaev@kpfu.ru

DYNAMICS OF SMALL-SCALE ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT AND ITS INFLUENCE ON ECONOMIC GROWTH

Nikolaev Mikhail Viktorovich, Dr. of Econ. Sci., Prof., Kazan (Volga) federal university, Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation"). Russia.

Keywords: *small-scale enterprises, small and medium business, economic growth, production efficiency, technological basis.*

The article is devoted to studying development tendencies in the sphere of small-scale entrepreneurship of Russian economy and its influence on economic growth. It analyzes the dynamics of change in the number of small enterprises and the number of employees in small business sphere, as well as the dynamics of small-scale enterprises distribution according to types of economic activity.

СТРАТЕГИИ РОСТА В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОПЫТА РОССИИ И НОРВЕГИИ

Е. А. КАРАГУЛЯН

*ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный университет»,
г. Тюмень*

Аннотация. В статье проведен анализ моделей и стратегий экономического роста России и Норвегии с целью выявления общих черт в факторах развития, а также возможности использования норвежского опыта, базирующегося на принципах устойчивого развития в России.

Ключевые слова: стратегия экономического роста, факторы экономического роста, экономика Норвегии.

Проводимая в 90-е годы прошлого века политика экономических преобразований привела к тому, что в России сформировалась экспорто-ориентированная сырьевая модель экономического роста. Но при этом следует отметить, что существует огромное количество стран, также использующих подобную стратегию роста и достигших высоких результатов. Среди достаточно большого списка экспорто-ориентированных стран хотелось бы отметить Норвегию, так как именно она имеет ряд общих с Россией черт в факторах экономического роста и проблем, стоящих перед экономикой страны.

Так, среди сходных характеристик России и Норвегии следует отметить следующее:

1. Схожие географические и климатические условия. Как известно, более половины территории России и треть Норвегии расположены в достаточно суровых климатических условиях, что существенно ограничивает развитие сельского хозяйства и возможность обеспечивать себя продуктами на 100%.

2. Высокий уровень обеспеченности природными ресурсами. Норвегия, как и Россия, располагает большими запасами природных ресурсов, таких как нефть, газ, железные руды, уран, серебро, золото, рыбные ресурсы, древесина и др. При этом огромные запасы природных ресурсов определили структуру экономики и экспорта страны.

3. Экспортная ориентация экономики страны. Большие запасы природных ре-

сурсов определили экспортно-сырьевую ориентацию страны. Так, Норвегия занимает 2-е место в мире по экспорту газа после России и 6-е – по экспорту нефти. Но при этом следует отметить, что экспортная ориентация российской экономики в большей степени связана с тем, что экспорт является основным источником пополнения бюджета. В то время как экспортная ориентация норвежской экономики в большей степени связана с узостью внутреннего рынка.

4. Схожие демографические проблемы. Для России и Норвегии характерна низкая плотность заселения относительно имеющейся территории, в особенности северных районов. Как показывает опыт, несмотря на более мягкий климат по сравнению с Россией, перед норвежским правительством стоит задача привлечения рабочей силы в северные территории. Следует отметить, что остро обозначилась нехватка высококвалифицированного персонала в ряде отраслей экономики. Но источники этой проблемы в России и Норвегии, конечно, различны. Так, в Норвегии из-за высокой стоимости рабочей силы фирмы предпочитают нанимать специалистов, имеющих среднее образование, и экономить на затратах по оплате труда. В России, как известно, ощущается нехватка рабочих профессий. Страны столкнулись с необходимостью разработки социальной политики, позволяющей удерживать молодежь в северных районах.

Еще одной общей проблемой является старение населения стран, которое в сочетании с нехваткой специалистов приводит к существенным изменениям в миграционных потоках стран. Ранее не привлекательный север Норвегии стал одним из центров притяжения мигрантов со всего мира.

Несмотря на схожесть проблем и факторов экономического роста, имеется ряд существенных различий в моделях, а главное – в результатах экономического развития. Остановимся более подробно на них, отметив, что различия эти связаны прежде всего с экономической политикой, проводимой странами.

Первое и главное отличие состоит в том, что, несмотря на имеющиеся избыточные природные ресурсы и экспортную ориентацию, норвежская экономическая политика базируется на принципах «устойчивого развития», то есть более бережном отношении к имеющимся ресурсам с целью обеспечить будущие поколения. Принципы устойчивого развития находят отражение во всех отраслях и сферах экономики начиная от нефтегазодобывающей отрасли и заканчивая финансовым сектором. Правительство и банковский сектор активно поддерживают предприятия, использующие ресурсосберегающие технологии.

Второй отличительной особенностью норвежской экономики является то, что, несмотря на большие запасы нефти и газа, в отличие от России страна экспортирует не сырую нефть, а продукты нефтепереработки, что позволяет получить максимальную добавочную стоимость. Кроме того, имеются серьезные различия в распределении и использовании полученных экспортных доходов от нефти и газа, которые страна также предполагает использовать в будущем в случае ухудшения мировой конъюнктуры или уменьшения запасов нефти или газа.

Третье отличие связано с высокой степенью диверсификации промышленности Норвегии. В Норвегии развиты судостроительная, машиностроительная, электрометаллургическая, электрохимическая, целлюлозно-бумажная промышленность. Проводимая на сегодня в стране промышленная политика предполагает развитие высокотехнологичных и инновационных, а главное – экологически чистых производств. По мнению большинства экспертов, страна входит в пятерку самых конкурентоспособных экономик мира.

Четвертая характерная черта – это значительный вклад малого и среднего бизнеса в экономику страны. Доля малых и средних предприятий в Норвегии составляет 99,6% от общего числа предприятий, на них занято 73,8% от общего числа занятых в стране. Малый и средний бизнес представлен широким кругом отраслей – от вполне традиционных до высокоточных и технологичных производств, не всегда характерных для малого бизнеса. В целом следует отметить, что большая численность работающих на современных и хорошо оснащенных норвежских предприятиях, большая редкость [2].

Пятой отличительной чертой всех Скандинавских стран, включая Норвегию, является благоприятный деловой климат. Молодые компании имеют множество преференций и возможностей финансовой поддержки со стороны государства.

Шестой характерной чертой является удачное сочетание основ рыночной экономики и жесткого государственного регулирования. Объектами жесткого государственного контроля и регулирования являются прежде всего банковский сектор и экспорто-ориентированные отрасли, а именно нефтегазодобывающая промышленность, также сельское и рыбное хозяйство. В целом в стране представлен достаточно большой государственный сектор, позволяющий избегать резких колебаний экономики под действием внешних факторов.

Сложившаяся ситуация вокруг России свидетельствует о том, что угрозы, связанные с однобоким развитием экономики страны, стали еще более ощутимы. В связи с этим встает проблема обеспечения экономической безопасности России по всем направлениям и векторам развития. Все вышесказанное свидетельствует о том, что изучение экспорто-ориентированной модели Норвегии, базирующейся на принципах устойчивого развития, имеет большое значение для корректировки экономической политики страны в современных условиях. Экономический рост нашей страны должен основываться не только на природных ресурсах, но и на имеющемся научно-техническом потенциале и человеческом капитале. Таким образом, важнейшие направления стимулирования эффективного экономического роста должны быть связаны с переориентацией с развития экспорто-ориентированного

сырьевого сектора экономики на развитие обрабатывающей промышленности и процессов импортозамещения; созданием стимулов для более активной инновационной деятельности на уровне предприятий; повышением эффективности экономики за счет роста производительности труда, что зависит от инвестиции в человеческий капитал; созданием стабильной среды для проведения политики, способствующей развитию конкуренции; увеличением благосостояния, уровня жизни населения, снижением дифференциации и расслоения российского общества [1].

Таким образом, формирование эффективного механизма стимулирования экономического роста, который способен обеспечить условия устойчивого расширенного воспроизводства, невозможно осуществить без качественного изменения экономической роли государства в России. Главным является не просто количественный рост, а качественные приращения, увеличивающие эффективность экономики. Эффективный механизм стимулирования экономического роста должен быть ориентирован как на высокие темпы, так и на социально-экономическое качество роста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алайба Т. Е., Андреева Е. Л., Карагулян Е. А. Стратегии экономического роста крупнейших трансформирующихся экономик России, Китая, Индии. – Екатеринбург : Уральское литературное агентство, 2008. – 154 с.
2. Meld. St. 12 Report to the Storting (White Paper) Summary 3. Long-term Perspectives on the Norwegian Economy 2013 – a summary [Электронный ресурс]. – 2012–2013. – Режим доступа: <http://www.regjeringen.no/pages/38323623/PDFS/STM201220130012000EN>.

Карагулян Егине Араратовна, канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный университет»: Россия, 625003, г. Тюмень, ул. Семакова, 10.

*Тел.: (922) 044-96-10
E-mail: memb@list.ru*

GROWTH STRATEGIES IN THE CONDITIONS OF ECONOMY MODERNIZATION: COMPARATIVE ANALYSIS OF RUSSIAN AND NORWEGIAN EXPERIENCE

Karagulyan EGINE Araratovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Tyumen State university. Russia.

Keywords: *economic growth strategy, factors of economic growth, economy of Norway.*

The article analyzes the models and strategies of economic growth in Russia and Norway for the purpose of uncovering similar features in development factors, as well as determining the possibility of using Norwegian experience, which is based on the principles of sustainable development, in Russia.

УСЛОВИЯ УСПЕШНОЙ АДАПТАЦИИ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТА НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ

*О. В. ЮРЬЕВА, Д. К. ШИГАПОВА**

ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,

** Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации*

«Российский университет кооперации»,

г. Казань, Республика Татарстан

Аннотация. Эффективное взаимодействие личности с социумом, культивирование новых личностных качеств, профессиональная самоидентификация – все это обеспечивается посредством правильной адаптации студентов-первокурсников к обучению и профессиональной подготовке.

Ключевые слова: процесс адаптации, адаптивная ситуация, мотивационная структура личности, профессиональное самоопределение, качество учебной деятельности, критерии успешности профессиональной подготовки.

В процессе обучения в высшем учебном заведении закладывается фундамент профессии, создается нацеленность на постоянное самообразование. Необходимо, чтобы студенты уже на начальных этапах своей профессиональной подготовки стремились овладеть знаниями и техниками их освоения, понимали, что подлинное достояние личности – это продукт учебной и профессиональной деятельности. В связи с этим особую актуальность приобретает вопрос адаптации учащихся к образовательному процессу в высшей школе [1]. В то же время, как мы полагаем, вопрос приспособления учащихся к профессиональной подготовке как учебной деятельности на данный момент еще не стал предметом специального исследования.

Очевидно, что первокурсники испытывают заметный недостаток умений и навыков, необходимых для успешного освоения программы в высшем учебном заведении. Студенты стараются устранить эту нехватку усидчивостью, однако это недостаточно эффективно. Требуется довольно продолжительное время, чтобы учащийся-первокурсник адаптировался к новой для него учебной ситуации и ее требованиям. Возможно, поэтому различаются показатели успешности обучения конкретного учащегося сначала в школе, а затем в вузе. Следует отметить и такие факторы, как недо-

статочная связь между школой и вузом, различие в методиках и особенностях организации учебного процесса, значительный объем информации, недостаточная развитость, а зачастую и отсутствие навыков самостоятельного обучения. Существенная масса студентов поступает в высшее учебное заведение после перерыва. Иногда после окончания школы может пройти не один год. Это создает дополнительные трудности для организации эффективного учебного процесса и освоения новых для студента методик учебной деятельности.

Все это вызывает неудовлетворенность показателями качества учебной деятельности и формирует лишнюю эмоциональную нагрузку, способную разочаровать первокурсника в своем профессиональном выборе [2].

Обозначим наиболее явные проблемы и противоречия, которые проявляются в процессе адаптации студентов-первокурсников к учебной деятельности:

1. Социально-педагогические. Противоречия, возникающие между недостаточно актуализованными потенциальными возможностями вузов и постоянно растущей потребностью общества современной России в профессионалах высокого класса, обладающих способностями к эффективной и часто самостоятельной учебно-профессиональной деятельности.

2. Научно-методические. Здесь противоречие возникает между реальным методическим, содержательным обеспечением процесса адаптации первокурсников и ожидаемым требованием к качеству их профессиональной подготовки.

3. Научно-педагогические. Проблема соотношения большого числа исследований об учебно-профессиональной деятельности, их результатов со слабой концептуальной разработкой самого вопроса адаптации учащихся к учебному процессу в вузе.

Е. Е. Федорова описывает структуру адаптивной ситуации следующим образом [3]:

1. Содержательно-технологический компонент адаптивной ситуации:

- управление самостоятельной работой;
- профессиональная компетентность;
- способности и навыки учебной деятельности.

2. Мотивация, потребность в адаптивности:

- потребность в самообразовании;
- интерес к познанию;
- профессиональная направленность.

3. Личностный компонент адаптивности:

- самосознание как профессионала;
- самостоятельность и ответственность;
- учебно-профессиональная активность.

Эффективное взаимодействие личности с социумом, культивирование новых личностных качеств, профессиональная самоидентификация – все это обеспечивается посредством правильной адаптации студентов-первокурсников к обучению и профессиональной подготовке. Это приводит к созданию нового социального статуса, комплекса социальных ролей, усвоению новых ценностей, пониманию смысла традиций профессиональной деятельности.

Адаптация студентов-первокурсников к учебному процессу выступает в роли диалектического единства двух элементов: индивид приспосабливается к новой для него ситуации и прилагает усилия для ее преобразования. Оба элемента существуют одновременно, представляют собой единый целостный процесс, в ходе которого человек осваивает окружающую среду, к которой он адаптируется. Адаптация осуществляется в процессе деятельности человека в виде специфического социально-

психологического состояния личности [39].

Итак, карьерные ориентации в сочетании с профессиональным самоопределением в значительной мере обуславливают выбор жизненного пути учащегося. Результативность, эффективность учебной и профессиональной деятельности, удовлетворенность субъекта своим трудом, нацеленность на высокопрофессиональную подготовку в высшем учебном заведении и повышение квалификации в дальнейшем – все это зависит от решения важнейшего вопроса в жизни человека – выбора профессионального направления.

Профессии выбираются исходя из различных мотивов. Должно быть понимание человеком важности той или иной сферы профессиональной деятельности или возможной должности в конкретной сфере. Целый спектр побуждений связан с определенными характеристиками профессии, с особенностями и условиями будущей трудовой деятельности. Имеет значение стремление управлять людьми, процессами, ресурсами, желание руководить, организовывать, работать в коллективе и прочее.

Структура, особенности мотивации современных учащихся как корреляты успешности их профессиональной подготовки на начальном этапе обучения в высшем учебном заведении нуждаются в тщательном и всестороннем исследовании. Необходимо культивировать мотивацию достижений успехов у студентов, развивать в них потребность в успешности осуществляемой деятельности. Результатом этого будет состояние удовлетворенности студентов от их обучения в вузе на первых курсах. Это облегчит учебный процесс, повысит эффективность достижения учебных целей и освоения образовательной программы. Также мотив аффилиации и познавательная потребность существенно влияют на профессиональную подготовку студентов. При положительном влиянии этих факторов возрастает степень удовлетворенности студентов от обучения.

В качестве выводов обозначим критерии успешности профессиональной подготовки и обучения.

Исходя из особенностей психологических подходов к вопросу изучения учебного процесса обозначим ключевые критерии успешности профессиональной подготовки в вузах на начальных этапах обучения.

Так, среди социально-психологических критериев отметим отношение к студенчеству, к вузу, к преподавателям и однокурсникам, а также удовлетворение от занимаемого положения в коллективе, от содержания учебного процесса.

Психофизиологические критерии включают в себя отрицательные эмоциональные проявления, чувство усталости, любое ухудшение самочувствия, нарушение сна и снижение мотивации к профессиональной подготовке.

Раскроем некоторые из перечисленных критериев:

1. Мотивация – учащийся проходит обучение с большим желанием, нацелен на получение и глубокое освоение знаний, на хорошую профессиональную подготовку. Выстраивает целостную картину о предстоящей профессиональной деятельности и после окончания вуза хочет работать по специальности.

2. Нервно-психическая устойчивость – нервные срывы в ходе студенческой жизни, их продолжительность и степень.

3. Состояние физического здоровья – число учебных дней за год, пропущенных по состоянию здоровья.

4. Успеваемость по обучению – среди оценок учащегося в основном «отлично».

5. Социальная нормативность – трудности в социально-нормативном поведении студентов, какие-то конфликты с сокурсниками, злоупотребление алкоголем, употребление наркотиков и прочее.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева Д. А. О понятии адаптация. Исследование адаптации студентов к условиям учебы в вузе // Человек и общество : уч. записки XIII. – Л. : ЛГУ, 1973. – С. 62–69.
2. Васильева С. А., Копейна Н. С. Психологическая идентичность как условие успешной адаптации студентов к учебному коллективу // Современные проблемы прикладной социологии и социальной психологии в трудовых коллективах: тезисы докладов. – Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1984. – С. 332.
3. Федорова Е. Е. Адаптация студентов вузов к учебно-профессиональной деятельности. – Магнитогорск, 2007. – С. 9, 13.

Юрьева Оксана Владимировна, канд. социол. наук, доцент кафедры «Управление человеческими ресурсами», ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, Россия, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

Шигапова Дания Калимулловна, канд. социол. наук, доцент, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (843) 272-80-91

E-mail: danaprof@mail.ru

CONDITIONS FOR THE SUCCESSFUL ADAPTATION OF A STUDENT'S PERSONALITY AT THE INITIAL STAGE OF PROFESSIONAL PREPARATION

Yurieva Oksana Vladimirovna, Cand. of Soc. Sci., Ass. Prof. of "Management of human resources" department, Kazan (Volga) federal university. Russia.

Shigapova Dania Kalimullovna, Cand. of Soc. Sci., Ass. Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation"). Russia.

Keywords: *process of adaptation, adaptive situation, motivational structure of personality, professional*

self-identification, quality of educational activity, success criteria of professional preparation.

Efficient interaction between an individual and society, cultivation of new personal qualities, professional self-identification – all this is achieved through the correct adaptation of first year students to education and professional preparation.

РОЛЬ ЦБ РФ КАК ОСНОВНОГО РЕГУЛЯТОРА ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ

Г. Х. ЗИНУРОВА, Г. М. КАШИПОВА

*Набережночелнинский филиал ЧОУ ВПО «Институт экономики, управления и права»,
г. Набережные Челны, Республика Татарстан*

Аннотация. В современной российской экономической литературе вопросы банковского регулирования и надзора, как правило, всесторонне не рассматриваются, их исследование зачастую носит описательный характер, ограничиваясь традиционными экономическими и экономико-правовыми аспектами воздействия регулирования на деятельность банков, изолируя от проблем управления рисками для обеспечения устойчивого развития банковского сектора.

Ключевые слова: финансовая система, центральный банк, устойчивость, мегарегулятор, денежно-кредитная политика, финансовые рынки, ставка рефинансирования.

В мировой практике регулирования финансовых рынков сложились разные модели надзора и при этом нельзя сказать, что доводы в отношении преимуществ той или иной модели являются весомыми. Более того, сама практика регулирования не дает веских доказательств того, что мегарегулятор является лучшей или оптимальной формой надзора за финансовыми институтами. У всех страновых экономик своя модель регулирования финансового рынка, в построении которой каждая страна шла своим собственным путем. Сегодняшнее состояние мировой экономики остается нестабильным и крайне неопределенным. С сожалением можно констатировать, что попытки регуляторов развитых стран справиться с глубокими проблемами мирового развития привели лишь к краткосрочным положительным эффектам. Основные проблемы и противоречия глобальной финансово-экономической системы по-прежнему остаются нерешенными.

Для преодоления глобального финансово-экономического кризиса в 2008–2009 гг. потребовались активные скоординированные действия мировых центральных банков, поддержка правительств большинства развивающихся и развитых стран, содействие банковского сообщества и крупнейших финансовых институтов. Основным фактором, способствующим быстрому восстановлению национальных экономик и достижению пред-

кризисных темпов их развития, стала экстренная государственная антикризисная политика. В мировой антикризисной политике можно выделить три основных направления: монетарное стимулирование, поддержку уязвимых финансовых организаций, фискальное стимулирование [1, с. 47].

Правительствами ведущих стран применялись как денежные, так и неденежные меры. Наиболее популярной неденежной антикризисной мерой стало снижение ставки рефинансирования центральных банков. Данной мерой в период острой фазы кризиса воспользовались практически все ведущие страны. В частности еврозона подчинилась решениям Европейского центрального банка (ЕЦБ), который проводил плавную политику по снижению ставки: с 3,75 в октябре 2008 г. до 1% в мае 2009 г. (рис. 1).

Интересно, что Центральный банк Швеции ввел в июле 2009 г. отрицательные процентные ставки по депозитам коммерческих банков. Это стало «штрафом для банков, которые отказываются выдавать кредиты» и предпочитают накапливать средства, создавая «подушку безопасности» в форме депозитов в центральном банке, – наиболее подходящий для этой цели и при этом наименее рискованный инструмент.

Снижение ставки рефинансирования позволило национальным банкам привлечь дополнительные средства от центральных

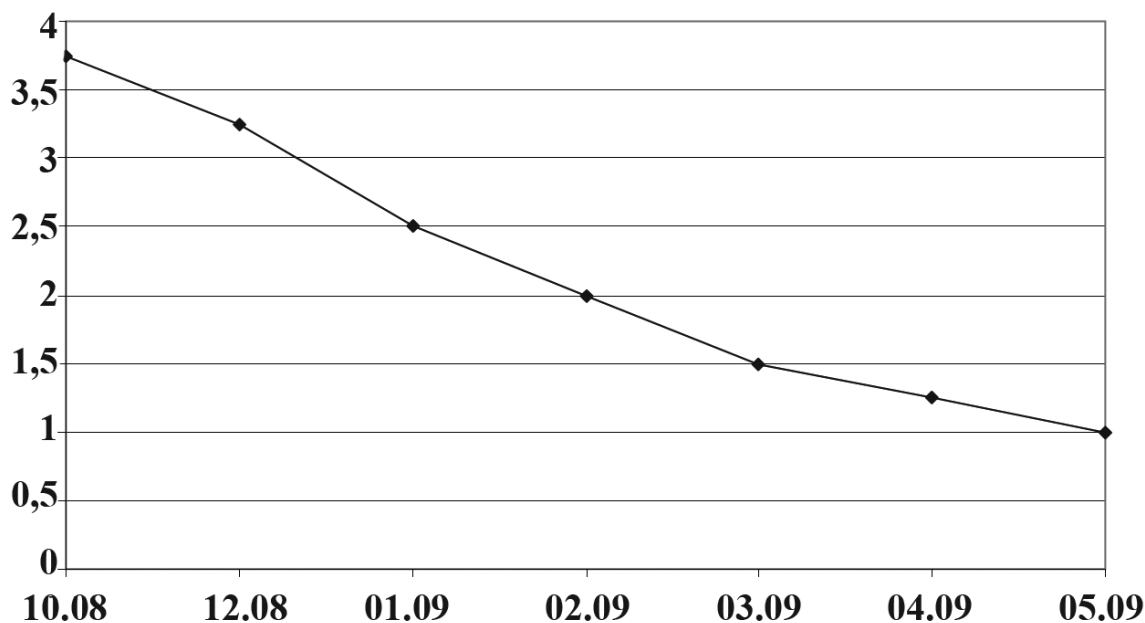


Рисунок 1. Значение ставки рефинансирования ЕЦБ в 2008–2009 гг., %

банков под меньший процент, что крайне необходимо в условиях кризиса.

Другой весьма распространенной и, безусловно, важной неденежной антикризисной мерой стало увеличение максимальной суммы предоставляемых государством гарантий на возврат частным лицам банковских депозитов в случае банкротства кредитной организации. В частности, в Португалии максимальная сумма выплаты на одного вкладчика составила 100 тыс. евро, в США – 250 тыс. долл., в Швеции – 49,2 тыс. евро. Ряд стран (Австралия, Австрия, Германия, Греция, Дания) и вовсе гарантировал вкладчикам возврат 100% суммы в случае банкротства банка [1, с. 48].

Эта мера оказалась очень важной: она позволила кредитным организациям сохранить привлеченные от физических лиц денежные средства на своих счетах в условиях разросшейся среди населения паники, вызванной глобальным финансовым кризисом.

Все эти факторы создают крайне неопределенные условия, в которых придется существовать российской экономике в ближайшей перспективе. Вероятность неблагоприятного развития внешних обстоятельств, как минимум, не уменьшается, что ставит перед Банком России непростую задачу по поиску оптимального баланса между мерами повы-

шения запаса прочности и мерами стимулирования экономической активности. В этих условиях Банк России намерен сохранить преемственность реализуемых принципов денежно-кредитной политики и планирует к 2015 г. завершить переход к режиму таргетирования инфляции. В рамках данного режима приоритетной целью денежно-кредитной политики является поддержание стабильно низких темпов роста цен. Политика контроля над инфляцией будет способствовать достижению более общих экономических целей.

В целях дальнейшего повышения действенности процентной политики Банк России в предстоящий период продолжит постепенно увеличивать гибкость механизма курсообразования и к 2015 г. предполагает осуществить переход к плавающему валютному курсу. Соответственно, в рамках данного режима проведение валютных интервенций станет возможным только в случае чрезвычайной волатильности рынка и будет направлено на сглаживание избыточных колебаний курса.

Сохранение в динамике с 2011 по 2013 гг. размера ставки рефинансирования, снижение числа кредитных организаций, имеющих право на осуществление банковских операций, и увеличение числа кредитных организаций с иностранным участием в уставном

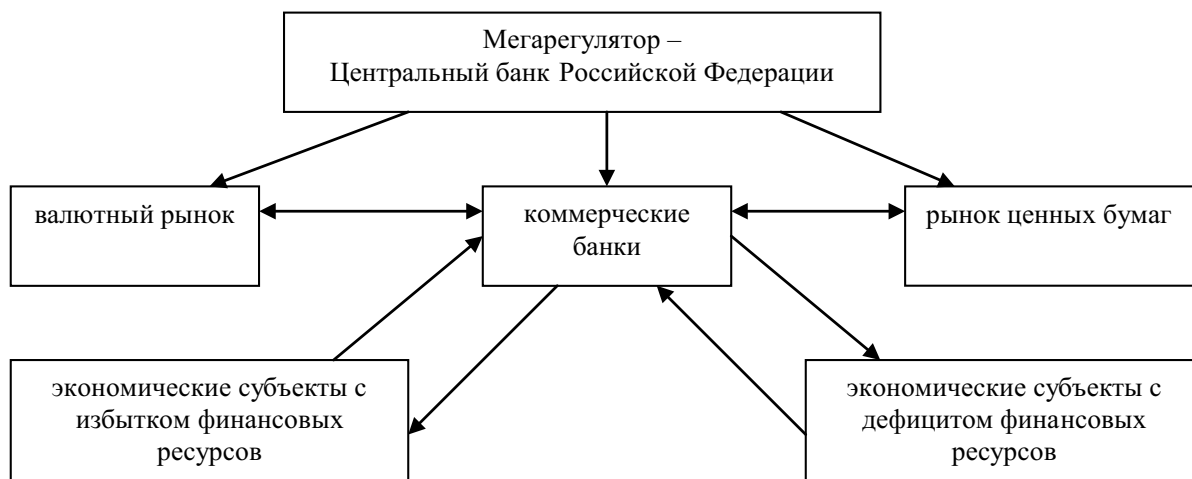


Рисунок 2. Модель эффективной денежно-кредитной политики Банка России

капитале, имеющих право на осуществление банковских операций, подтверждает стабильность проводимой Банком России политики, ориентированной на поддержание финансовой устойчивости коммерческих банков. При этом увеличение доли кредитных организаций с иностранным капиталом мы связываем со вступлением России в 2012 году в ВТО, а уменьшение числа кредитных организаций, имеющих право на осуществление банковских операций, – с повышением требований к собственному капиталу банков в связи ужесточением норм Базеля и соответствующими изменениями банковского законодательства России.

Финансовую систему следует рассматривать комплексно, включая в нее банковскую, валютную, фондовую и другие системы. Обеспечение стабильности и развитие национальной платежной системы должно включать защиту и обеспечение устойчивости рубля, поскольку рубль является неотъемлемым главным элементом, расчетной единицей в рамках платежной системы.

На основе вышесказанного, сформируем модель эффективной денежно-кредитной политики Банка России (рис. 2), ориентируясь на значимые, на наш взгляд, операции ЦБ РФ.

Регулирование правил ведения бизнеса направлено на повышение торговой активности на финансовых рынках. С точки зрения

защиты прав клиента оно особенно необходимо на розничных рынках, где такое регулирование должно устанавливать стандарты на раскрытие информации по финансовым продуктам и услугам, на методы их продаж, а также ограничивать набор допустимых инвестиций для инвестиционных фондов. Необходимо также регулировать проведение операций на оптовых рынках, например, поощрять раскрытие информации в проспектах ценных бумаг и препятствовать действиям инсайдеров. В целом это направлено на «отсечение» мошеннической деятельности, которая приводит к потерям как у мелких, так и у крупных инвесторов.

Успешность реализации стратегии денежно-кредитной политики во многом будет определяться эффективностью решения задач по развитию инфраструктуры финансовых рынков и расширению их емкости.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кашин С. В. О модернизации банковского регулирования и надзора // Банковское дело. – 2012. – № 1. – С. 47–50.
2. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cbr.ru>.

*Зинурова Гузель Халитовна, канд. экон. наук,
ст. преподаватель, ЧОУ ВПО «Институт экономи-*

ки, управления и права» : Россия, 423822, Республика Татарстан, г. Набережные Челны, Набережночелнинский просп., 31.

Кашипова Гузель Мидхатовна, соискатель, ст. преподаватель, ЧОУ ВПО «Институт экономики, управления и права» : Россия, 423822, Республика

Татарстан, г. Набережные Челны, Набережночелнинский просп., 31.

Тел.: (855) 234-04-96

E-mail: gzinurova80@mail.ru

ROLE OF CENTRAL BANK OF THE RUSSIAN FEDERATION AS THE MAIN REGULATOR OF FINANCIAL SYSTEM

Zinurova Guzel Khalitovna, *Cand. of Econ. Sci.*, senior lecturer, Naberezhnye Chelny branch of Institute of economics, management and law. Russia.

Kashipova Guzel Midkhatovna, applicant, senior lecturer, Naberezhnye Chelny branch of Institute of economics, management and law. Russia.

Keywords: financial system, Central bank, stability, mega-regulator, monetary-credit policy, financial markets, refinancing rate.

Modern Russian economics literature as a rule does not examine all aspects of the matters of bank regulation and supervision. Related research is normally of a descriptive nature and is limited to the traditional economic and economic-legal aspects of the influence of regulation on the activity of banks, paying no attention to the problems of risks management for the purpose of providing the stable development of bank sector.

РЕАЛИЗАЦИЯ ДОЛГОВОЙ ПОЛИТИКИ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

О. П. КОСИХИНА, Н. С. СЕРГИЕНКО

*Калужский филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»,
г. Калуга*

Аннотация. В статье представлен анализ управления государственным долгом на уровне субъекта Российской Федерации, обобщен опыт Калужской области по управлению госдолгом в условиях реализации инвестиционных проектов.

Ключевые слова: государственный долг, долговая политика, сбалансированность бюджета.

Долговая политика, проводимая публично-правовым образованием, является важным элементом государственного регулирования макроэкономической стабильности. В нынешних условиях остается актуальной проблема изучения эффективности долговой политики, что вызвано необходимостью совершенствования механизмов формирования заемного капитала субъектами РФ. До настоящего времени не разработан методологический подход, позволяющий органам власти проводить оценку эффективности привлечения заемного капитала на фондовом рынке или рынке банковских кредитов. Как показывает практика, целевая структура региональных заимствований в России существенно отличается от структуры субнациональных займов развитых стран. Анализ показал, что в России регионы используют заемные средства в целях покрытия дефицита бюджета, кредитования коммерческих организаций, реализующих проекты с высокой доходностью, по более высокой ставке процента, рефинансирования предыдущих заимствований, вложение в ценные бумаги других субъектов РФ и муниципальных образований. Для удовлетворения данных потребностей регионы прибегают к использованию в основном двух финансовых продуктов – банковского кредитования и эмиссии ценных бумаг. От оценки эффективности долговой политики зависит и экономическое положение субъекта, и его дальнейшее развитие. Формирование и обслуживание государственных долговых обязательств в зна-

чительной степени влияет на качественный уровень процессов социально-экономической динамики. Это в значительной степени предполагает соответствующую нагрузку на соответствующий бюджет публично-правового образования.

Все большее значение приобретает госдолг субъектов РФ, которые занимаются активной инвестиционной деятельностью, направленной на создание развитой инфраструктуры. Долговое финансирование все более активно используется для осуществления инвестиционных программ, объем долга быстро растет, его формы усложняются.

Результаты проведенного анализа показали, что в Калужской области за три последних года за счет опережающего темпа прироста налоговых и неналоговых доходов (42,8%) над темпами прироста расходов (33,8%) темп прироста объема дефицита бюджета составил всего 18,1%, а отношение дефицита бюджета к налоговым и неналоговым доходам сократилось с 11,6 до 9,6%, т. е. на 2 процентных пункта, при этом бюджет области исполнен практически с одинаковой суммой дефицита. Значительный удельный вес госгарантий в общем объеме государственного долга Калужской области объясняется проводимой политикой области, нацеленной на развитие налогового потенциала за счет привлечения инвестиций в регион. Госгарантии в основном предоставлены под инвестиции, направленные на инженерную подготовку промышленных площадок и строительство объектов про-

мышленного и инфраструктурного назначения для размещения в границах промышленных парков Калужской области стратегических инвесторов – производителей автомобилей. Данные гарантии были предоставлены на срок до 2019–2023 гг., две гарантии – уполномоченной организации по созданию и развитию промышленных парков и технопарков – ОАО «Корпорации развития Калужской области». Расчеты показали, что только к 2016 г. величина налоговых эффектов от реализации проектов превысит суммарные расходы на создание инфраструктуры промышленных парков с момента начала реализации проектов.

Важной проблемой является неравномерное распределение сроков погашения государственных внутренних заимствований региона, что приводит к увеличению уровня пиковой нагрузки на бюджет. Мероприятия, направленные на то, чтобы весь объем платежей по обслуживанию долга покрывался за счет будущих доходов, а не за счет новых заимствований или продажи имущества, возможны при грамотном бюджетном планировании и прогнозировании, в том числе на основе кассового плана.

ЛИТЕРАТУРА

1. О государственном долге Калужской области : закон Калужской области № 404-ОЗ от 11.02.2008 г.
2. Тютин Д. В. Перспективы формирования региональных пространственно-организованных кластеров в конкурентном развитии территорий // Экономика и управление. – 2010. – № 8.

Косихина Ольга Петровна, канд. экон. наук, доцент, Калужский филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»: Россия, 248016, г. Калуга, ул. Чижевского, 17.

Сергеевко Наталья Сергеевна, канд. экон. наук, доцент, Калужский филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»: Россия, 248016, г. Калуга, ул. Чижевского, 17.

Тел.: (964) 141-59-01

E-mail: nssergienko@mail.ru

IMPLEMENTATION OF DEBT POLICY OF KALUGA REGION

Kosikhina Olga Petrovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kaluga branch of the The Russian President Academy of national economy and public administration. Russia.

Sergienko Natalia Sergeevna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kaluga branch of the The Russian President Academy of national economy and public administration. Russia.

Keywords: state debt, debt policy, balanced budget.

The work analyzes state debt management at the level of a Russian Federation subject and summarizes the experience of Kaluga region in managing state debt in the conditions of investment projects realization.

МЕТОДЫ БОРЬБЫ С ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКОЙ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

*Л. В. АБДРАХМАНОВА, Е. С. ЩИГОРЦОВА**

*ФГБОУ ВПО «Казанский государственный архитектурно-строительный университет»,
* Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза
Российской Федерации «Российский университет кооперации»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Статья посвящена анализу зарубежных способов борьбы с теневой экономической деятельностью.

Ключевые слова: теневая экономика, прямые способы борьбы с нелегальным бизнесом, косвенные методы борьбы с неофициальной экономикой.

Существует два основных направления, по которым властями Европы ведется борьба с теневой хозяйственной деятельностью, – прямые и косвенные меры.

К прямым методам относятся общие меры по борьбе с нелегальным бизнесом – это, прежде всего, установление различных правил, система наказаний за их нарушение, а также укрепление технических возможностей по обеспечению правопорядка. Снижение бумажной волокиты, в частности за счет упрощения налоговых форм, возможность декларирования доходов в электронном формате, как тенденция, набирает все большую популярность на Западе, создавая стимулы для работающих не прибегать к неофициальной деятельности.

Содействие финансовой интеграции, создание доступности финансовых услуг для каждого – один из главных путей уменьшения размера теневой экономики сегодня. В Нидерландах, например, изменили существующие правила, разрешающие доступ к базовым счетам для людей с долговыми проблемами, позволяя преобразовать существующие банковские счета в основные счета в любое время. Италия с 2012 г. приняла указ, поддерживаемый соглашением между органами государственной власти, Итальянской банковской ассоциацией, Итальянской почтовой службой и Итальянской ассоциацией учреждений оплаты, который требует от банков, почтовых отделений и платежных учреждений предоставлять базовые счета для потреби-

лей по состоянию на 1 июня. В Чехии в 2012 г. была принята поправка к Закону о занятости (Act on Employment), которая вводит значительные штрафы для людей и компаний, использующих коммерческие контракты вместо трудовых договоров занятости [2]. Эта система, широко известная в Чехии как *svarcsystem* (названная так в честь предпринимателя М. Шварца), позволяет определять рабочую силу, которая действует вне границ трудового законодательства. Люди, попадающие под *svarcsystem* могут быть оштрафованы на сумму до 4 тыс. евро, а компании рискуют понести наказание от 10 тыс. до 400 тыс. евро. В Португалии всех работодателей обязывают иметь квитанции и накладные для всех видов деятельности и специальные сертифицированные программы, которые оперируют счетами для компаний с выручкой более 100 тыс. евро. В 2012 г. в Турции была введена система перекрестной проверки деклараций по НДС с операций по кредитной карте у банков, что привело к значительному расширению налоговой базы, и около 360 тыс. налогоплательщиков были добавлено в реестр.

Второе направление борьбы с теневой экономикой – это косвенные меры, большинство которых группируется вокруг увеличения числа электронных платежей и сокращения наличного обращения. Основные методы следующие:

1. Препятствование наличного денежного обращения и переход к электронным опера-

циям. Как правило, отсутствие комиссии банкоматов приводит к стимулированию снятия наличных и последующей оплаты наличными вне зоны контроля.

2. Введение ограничений на размер операций наличными деньгами. Бельгия и Франция, например, имеют подобные ограничения уже много лет и все больше европейских стран вводят этот способ в свою практику. Правительство Италии, например, понизило «потолок» для наличных платежей с 12 500 до 5 000 евро, в 2010 г. – до 2 500 евро, в 2011 г. – до 1000 евро [1].

3. Расширение областей торговли и услуг, где принимаются банковские карты. Кредитная или дебетовая система приема карт еще далека от совершенства, даже страны, широко использующие POS-терминалы (Point of Service (POS) – точка обслуживания клиентов банковской картой), испытывают множество проблем с некоторыми торговыми сферами (особенно с барами, такси и др.), не спешащими переходить на данный вид платежей. Для стран с более ограниченными POS-сетями первым шагом создания условий для их расширения может стать упрощение в использовании карт. В 2003 г. в Мексике, например, был создан фонд для субсидирования покупки и установки электронных платежных терминалов в небольших магазинах, что привело к их повсеместному распространению.

4. Поощрение использования POS-терминалов. Большинство повседневных операций европейцев обычно обходятся меньше, чем в 20 евро. Создание стимулов (преимуществ) для пользования банковских карт является простым способом изменения их поведения. Аргентина, например, представила покупателям скидку в 5% на операции по дебетовым картам в POS-терминалах, следствием чего стала 25-процентная скидка на общую ставку НДС в размере 21%. Южнокорейские налоговые органы предложили своим гражданам единовременное денежное возмещение, если использование карты (покупки по ней) превышает 20% индивидуального дохода по кредитным картам и 25% по дебетовым. В результате был зафиксирован существенный рост использования карт в последние два десятилетия – от менее 5% частных расходов в начале 1990-х гг. до 25% в 2000 г. и более 65% в 2012 г. [1]. Таким образом, увеличивая электронные платежи на 10% в год в течение не

менее четырех лет подряд, можно уменьшить теневую экономическую деятельность на величину до 5%.

5. Повсеместное внедрение электронных платежей. Многие исполнительные органы власти государств сегодня переходят на так называемую систему «электронного правительства», что может послужить образцом для подражания. Так, Румынии, создавшей национальную систему для POS и онлайн-оплаты налогов через банковские карты, удалось увеличить величину налоговых платежей на 34% за один год.

6. Поощрение банковских депозитов. Сегодня, в основном, ситуация обратная – за открытие депозита взимается комиссия, что затрудняет процесс снижения количества наличных денег в обращении. Бескомиссионные денежные вклады, способность принимать депозиты через банкоматы и привлекательные процентные ставки – основные шаги по сокращению использования наличных денег.

В целом в области налоговой и тарифной политики внимание общества, по мнению европейских исследователей, должно быть сосредоточено на упрощении налогового законодательства; снижении налогов на малый бизнес; снижении барьеров для входа в формальный сектор экономики; более гибком найме и увольнении работников (например, наем через временные контракты); совершенствовании социальных услуг и программ здравоохранения.

В сфере налогового администрирования приоритет должен быть отдан разработке комплексных стратегий управления по соблюдению законодательства, направленных на устранение основных причин «ухода в тень», оказание своевременной помощи.

В последнее десятилетие многие страны Восточной Европы, включая Чехию и Венгрию, перешли на фиксированные налоговые ставки для физических и юридических лиц и на снижение величины отчислений на социальное страхование, чтобы препятствовать уклонению от уплаты налогов. Болгария, например, предприняв этот шаг в 2008 г., увеличила налоговые поступления на 5,24% в первый же год [1].

Отношение социума к теневой экономике – это важная составляющая в борьбе с теневым сектором экономики. Необходимо общее понимание взаимосвязи экономической

деятельности и уровня жизни населения, роли налогов в достижении целей социальной справедливости. Нужно активно включить само общество в процесс выявления субъектов теневого бизнеса (с гарантией конфиденциальности, естественно).

Необходима и целевая помощь «новичкам» на рынке по ведению учета и отчетности с предоставлением налоговыми органами разумного времени для самостоятельного исправления ситуации. Эти меры должны включать сбалансированную программу услуг и информационно-пропагандистских программ: бесплатные семинары; бесплатные консультационные визиты к налогоплательщику для оказания помощи; предоставление простых информационных продуктов по выполнению основных обязанностей (особенно по ведению бухгалтерии); предоставление онлайн-инструментов помощи (например, онлайн-калькуляторов); активные напоминания о приближении сроков уплаты налогов, подачи декларации (электронные письма, телефонные звонки) и др. Эффективным может оказаться и мониторинг (аудит) налоговыми

службами тех сфер бизнеса, которые регулярно объявляются убыточными или нереально низкодоходными.

ЛИТЕРАТУРА

1. Schneider F Shadow Economy in the Europe : A. T. Kearney Work Paper. – Johannes Kepler University of Linz in Austria, 2012. – P. 30–46.
2. Schneider F., Enste D. Shadow Economies: Size, Causes and Consequences // Journal of Economic Literature. – 2013. – № 38/1. – P. 77–114.

Абдрахманова Лилия Вилловна, канд. социол. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Казанский государственный архитектурно-строительный университет»: Россия, 420066, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Зеленая, 1.

Щигорцова Елена Сергеевна, канд. социол. наук, доцент, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (917) 233-68-08

E-mail: lilvil25@mail.ru

METHODS OF COUNTERACTING UNDERGROUND ECONOMY: FOREIGN EXPERIENCE

Abdrakhmanova Lilia Vilovna, Cand. of Soc. Sci., Ass. Prof., Kazan State architecture and construction university. Russia.

Schigortsova Elena Sergeevna, Cand. of Soc. Sci., Ass. Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation"). Russia.

Keywords: *underground economy, direct ways of counteracting illegal business, indirect ways of counteracting unofficial economy.*

The article is devoted to analyzing the foreign methods of counteracting underground economic activity.

СПОСОБЫ ВЫЯВЛЕНИЯ МАСШТАБОВ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ: ОПЫТ ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАН

Л. В. АБДРАХМАНОВА, Е. С. ЩИГОРЦОВА*

ФГБОУ ВПО «Казанский государственный архитектурно-строительный университет»,
*Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»,
г. Казань, Республика Татарстан

Аннотация. Статья посвящена зарубежным (европейским) методам выявления масштабов теневой экономической деятельности и их анализу.

Ключевые слова: теневая экономика, директивный подход выявления размера теневой составляющей экономической деятельности, косвенный подход, комплексный подход.

Проблема «теневой экономики» в последние годы активно обсуждается в научной литературе зарубежными и отечественными специалистами различных отраслей знаний. Причины столь пристального внимания к данной проблематике вполне объяснимы – масштабы теневой деятельности неуклонно растут (по разным оценкам ее объем в мировой экономике составляет порядка 20% от общемирового ВВП). Этот показатель, конечно, различается в зависимости от страны. Так, минимальный мировой индекс нелегальной экономики в Швейцарии составляет 8,7% от ВВП, в Китайской Народной Республике – 12,8%, в России – 43,6%, а самый высокий уровень теневого бизнеса отмечен в Боливии – 66,4% ВВП [1].

В зарубежных источниках [4, 9, 10] выделяются три основные группы методов, наиболее широко используемых для измерения масштабов теневой экономики.

В первую группу методов входят *директивные подходы* (исследование «напрямую») или микроподходы, использующие опросную методику, основанную на добровольных ответах, и налоговый аудит. Главное преимущество подобных эмпирических исследований заключается в получении подробной информации о структуре теневой экономической деятельности, но объективность и точность результатов, как правило, зависят от качества формулировок анкетных вопросов и готовности респондентов к сотрудничеству.

Фискальные программы аудита являются более эффективным инструментом, где оценка масштаба теневой экономики может быть основана на расхождениях между доходами, задекларированными для целей налогообложения, и теми данными, что выявляются выборочными проверками налоговых органов. Но и этот подход сталкивается с рядом трудностей: во-первых, использование выборочных данных налоговой службы эквивалентно использованию выборки населения – прослеживается возможная предвзятость, а во-вторых, оценки, основанные на налоговых проверках, отражают только ту часть теневой деятельности, сокрытие доходов которой удалось выявить [4].

Второй группой методов выявления масштабов теневого бизнеса являются так называемые *косвенные подходы*, к которым относятся: расхождение в статистике национальных расходов и доходов; расхождение в численности между официальной и фактической рабочей силой; операционный (транзакционный) подход; спрос на валюту; метод потребления электроэнергии.

В системе национального счетоводства, как известно, должен соблюдаться баланс между доходной и расходной частями ВВП. Таким образом, если имеется возможность проведения независимой оценки расходной части национальных счетов, то разрыв между показателями расходов и доходов можно использовать в качестве индикатора размера теневой экономики. Международное сравнение масштабов теневой экономики было

предпринято Д. Джилсом [2], который произвел расчеты масштаба теневой составляющей экономики Кореи (1996 г. – 20,3%), Тайваня (1995 г. – 16,5%), Италии (1995 г. – 19,2%), Испании (1990 г. – 50,5%), России (1995 г. – 74,9%) и Венгрии (1994 г. – 56,9%).

По мнению О'Неилла, снижение участия рабочей силы в официальной экономике можно рассматривать как признак повышенной активности в теневой экономике (если общая численность рабочей силы считается постоянной при прочих равных условиях) [3]. Недостатком данного подхода является то, что различия в степени участия в официальной и неофициальной экономике может иметь и другие причины. Кроме того, люди могут одновременно совмещать легальную и нелегальную деятельность. Поэтому такая оценка может рассматриваться как достаточно слабый показатель размера теневой экономики.

Операционный (транзакционный) подход был разработан Е. Фейджем, который предположил, что существует постоянная связь между объемом сделок (транзакций) и официальным ВВП [5]. Данный подход использует уравнение обмена И. Фишера – произведение количества денег на скорость их обращения в год должно быть равно номинальному доходу (номинальной стоимости приобретенных товаров и услуг): $M \cdot V = P \cdot T$, где M – деньги, V – скорость обращения денег, P – уровень цен, T – объем производства.

По мнению Е. Фейджа, предположения о масштабах теневого сектора экономики должны быть сделаны на основании данных о скорости обращения денег, общего объема сделок ($P \cdot T$) и общего номинального ВВП (равного разнице между «официальным ВВП» и «неофициальным ВВП»). Относя общий номинальный ВВП к общему объему сделок, ВВП теневой экономики будет рассчитываться путем вычитания официального ВВП от общего номинального ВВП. Но автор говорит о необходимости введения базового года, в котором не было бы теневой составляющей бизнеса, где отношение общего объема сделок ($P \cdot T$) к общему номинальному ВВП было бы нормальным (т. е. официальный ВВП был бы равен общему ВВП). При таком подходе целесообразно введение дополнительного предположения о том, что любые изменения в соотношении между общей стоимостью сделок и официально измеренного ВВП обусловлены теневой экономикой, что далеко не так. В целом, хотя данный метод и является теоретически привлекательным, эмпирические тре-

бования, необходимые для получения надежных оценок, настолько высоки, что его применение может привести к сомнительным результатам.

В. Танзи для оценки масштабов теневой экономики предлагает эконометрическую оценку функции спроса на валюту [6]. Предполагается, что теневые операции осуществляются, в основном, с помощью наличных денег и так, чтобы не оставались «следы» для правоохранительных органов и властей. Поэтому увеличение теневого сектора экономики связано с увеличением спроса на валюту. С целью выявления корреляционной составляющей между ажиотажным спросом на валюту и масштабом теневого бизнеса составляется уравнение валютного спроса, в которое включаются различные переменные (прямое и косвенное налоговое бремя, государственное регулирование и сложность налоговой системы, уровень дохода, платежная (расходная) привычка, процентная ставка и др.). Данные по масштабу и развитию теневой экономики могут быть изначально рассчитаны путем сравнения развития тренда валютного спроса при минимальных значениях налогов и государственного регулирования с трендом при высоком уровне налогообложения и регулирования. Исходя из предположения, что обращение наличных денег в теневой экономике происходит с той же скоростью, что и в официальной экономике, размер теневой экономики также можно вычислить по сравнению с официальным ВВП.

Для измерения общей экономической активности (официальной и неофициальной) Д. Кауфман считает, что потребление электроэнергии является наилучшим (единственным) физическим показателем [7]. Общая экономическая активность и потребление электроэнергии эмпирически наблюдались во всем мире, что породило формулу эластичности «электроэнергия / ВВП», как правило, близкой к одному. Имея необходимые данные для экономики в целом и вычитая их из оценок официального ВВП, Д. Кауфман получил значение неофициального ВВП, где разница между ростом официального ВВП и ростом потребления электроэнергии объясняется ростом теневой экономики. Но здесь не учитывается, что не все виды деятельности требуют электроэнергии (могут быть использованы газ, нефть, уголь и т. д.), а значительные различия в эластичности «электроэнергия / ВВП» возможны вследствие изменений во времени и т. п.

К последней (третьей) группе методов выявления масштабов теневой экономики в Европе можно отнести комплексный (модельный) под-

ход, пионерами которого являются Д. Фрей и О. Вэк, применившие его в разные годы к двадцати четырем странам ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития – международная организация развитых стран, признающих принципы свободной рыночной экономики) [8].

В силу того, что причин, оказывающих влияние на теневую экономическую составляющую, выделяют несколько, подход Д. Фрея и О. Вэка предполагает одновременное рассмотрение различных показателей и основывается на статистической теории ненаблюдаемых переменных. Неизвестные коэффициенты оцениваются в наборе структурных уравнений, в рамках которых ненаблюдаемая переменная не может быть измерена непосредственно. Изменение размера теневой экономики может быть отражено в следующих показателях: денежные показатели (если деятельность теневой экономики на подъеме, то дополнительные денежные средства обязательно потребуются); рынок труда (повышение доли участия работников в теневом секторе отражается в понижении доли участия их в официальной экономике; аналогично активизация деятельности в скрытом секторе может быть отражена в сокращенном рабочем дне в официальной экономике); рынок производства (рост теневой экономики означает, что факторы производства (особенно труд) перетекают из официальной экономики (по крайней мере частично) в тень, что вызывает существенные изменения официального темпа роста экономики) и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шнайдер Ф., Энст Д. Скрываясь в тени. Рост подпольной экономики [Электронный ресурс] // Вопросы экономики. – 2013. Режим доступа: <http://www.imf.org>.
2. Giles D. A. Measuring the Hidden Economy: Implications for Econometric Modelling //

Economic Journal. – 1999. – № 109/3. – P. 370–380.

3. O'Neill Growth of the Underground Economy 1950–81: Some Evidence from the Current Population Survey : Study for Joint Economic Committee. – Washington, DC : U.S. Gov. Printing Office, 1983. – P. 98–122.
4. Thomas J. J. Quantifying the Black Economy: «Measurement Without Theory» Yet Again? // Economic Journal. – 1999. – № 109. – P. 381–389.
5. Feige E. L Revised Estimates of the Underground Economy: Implications of U.S. Currency Held Abroad. – Vancouver : Fraser Institute, 1997 – P. 151–208.
6. Tanzi V. Uses and Abuses of Estimates of the Underground Economy // Economic Journal. – 1999. – 109/3. – P. 338–347.
7. Kaufmann D. The Unofficial Economy in Transition // Brookings Papers on Economic Activity. – 1997. – No. 2. – P. 159–221.
8. Frey D., De Weck O. Introduzione All'analisi Econ.a del Lavoro Minorile // Economia del Lavoro, 1990. – № 1–2. – P. 5–16.
9. Feige E. L. The Underground Economies. Tax Evasion and Information Distortion. – Cambridge University Press, 1989. – P. 46–69.
10. Schneider F. Shadow Economies around the World: What Do We Really Know? // European Journal of Political Economy. – 2005. – № 21/4. – P. 598–642.

Абрахманова Лилия Вилловна, канд. социол. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Казанский государственный архитектурно-строительный университет»: Россия, 420066, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Зеленая, 1.

Щигорцова Елена Сергеевна, канд. социол. наук, доцент, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (917) 233-68-08

E-mail: lilvil25@mail.ru

WAYS OF DETERMINING THE SCOPE OF UNDERGROUND ECONOMY: EXPERIENCE OF EUROPIAN COUNTRIES

Abdrakhmanova Lilia Vilovna, Cand. of Soc. Sci., Ass. Prof., Kazan State architecture and construction university. Russia.

Schigortsova Elena Sergeevna, Cand. of Soc. Sci., Ass. Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation"). Russia.

Keywords: *underground economy, directive approach to determining the scope of the underground component of economic activity, indirect approach, complex approach.*

The work is devoted to the foreign (European) methods of determining the scope of underground economic activity and their analysis.

ИНТЕГРАЦИЯ В РАМКАХ ТЕРРИТОРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КЛАСТЕРОВ КАК ЭФФЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

А. Н. ДЫРДОНОВА, Н. Ю. ФОМИН

*Нижекамский химико-технологический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»,
г. Нижнекамск, Республика Татарстан*

Аннотация. Данная статья посвящена обоснованию эффективности кластерного типа интеграции отечественных предприятий. В рамках данного исследования были разработаны методологические подходы к оценке целесообразности создания кластерных объединений и прогнозированию синергетического эффекта деятельности данных интегрированных структур. Указанные методологические подходы были апробированы в процессе разработки и обоснования проекта территориально-производственного кластера Нижнекамского муниципального района, который предлагается сформировать на базе комплекса нефтеперерабатывающих и нефтехимических предприятий Нижнекамской промышленной площадки, в числе которых ОАО «ТАИФ-НК», ОАО «Нижнекамскнефтехим», ОАО «Нижнекамскшина» и ОАО «ТАНЕКО».

Ключевые слова: кластер, интеграция, конкурентоспособность, эффективность, инновационное развитие, экономический потенциал, синергетический эффект.

Основными тенденциями современной мирохозяйственной конъюнктуры являются глобализация и ускорение технологического развития мировой экономики. Обозначенные тенденции влекут за собой постепенную интеграцию национальных рынков развитых государств мира и, как следствие, обострение конкуренции. Обособленные хозяйствующие субъекты, в частности и многие российские предприятия, зачастую становятся неконкурентоспособными в силу необеспеченности объемами экономических ресурсов, достаточными для поддержания непрерывного процесса инновационного развития, необходимого для выживания в условиях глобальной конкуренции. В связи с этим, наиболее эффективным механизмом повышения конкурентоспособности становится интеграция хозяйствующих субъектов в рамках поддерживающих инновационное развитие институциональных структур. Для активизации инновационной деятельности необходимо формирование предпринимательских структур, отличающихся высокой

гибкостью организации, ориентирующихся на установление взаимодействия со всеми участниками инновационной сферы. На сегодняшний день наиболее прогрессивной формой интеграции, отвечающей требованиям глобальной конкуренции, является территориальный кластер.

Исследование понятийного аппарата категории «кластер», введенной в экономическую теорию профессором Гарвардской школы бизнеса Майклом Портером [6], позволило сделать вывод: кластер представляет собой группу географически локализованных взаимосвязанных компаний, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных услуг, инфраструктуры, научно-исследовательских институтов, вузов и других организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом. Главной задачей внедрения кластерной модели является изменение психологии предпринимателей, понимание ими возможности честного,

открытого и взаимовыгодного сотрудничества всех участников кластерного объединения ради общей экономической выгоды.

Кластеры обладают широкими возможностями в области инновационного развития в силу ряда причин: фирмы-участники кластера способны более адекватно и быстро реагировать на потребности покупателей; членство в кластере облегчает доступ к новым технологиям, используемым предприятиями на различных направлениях хозяйственной деятельности; в инновационный процесс включаются поставщики и потребители, а также предприятия других отраслей; в результате межфирменной кооперации уменьшаются издержки на осуществление НИОКР; фирмы в кластере находятся под интенсивным конкурентным давлением, которое усугубляется возможностью постоянного сравнения собственной хозяйственной деятельности с работой аналогичных компаний.

В целях обоснования эффективности кластерных образований мы смоделировали территориально-производственный кластер Нижнекамского муниципального района Республики Татарстан, который предлагается сформировать на базе крупнейших нефтехимических и нефтеперерабатывающих предприятий указанной территории, таких как ОАО «ТАИФ-НК», ОАО «Нижнекамскнефтехим», ОАО «Нижнекамскшина» и ОАО «ТАНЕКО».

В процессе использования кластерного подхода в качестве ключевого механизма стратегического развития территорий возникают вопросы о целесообразности формирования конкретных кластерных единиц. В связи с этим, мы разработали собственный методологический подход к обоснованию целесообразности формирования кластера. Данный подход основан на том, что перспективы развития интегрируемых предприятий позволяют оценить потенциальные возможности развития кластера в целом и, следовательно, обосновать целесообразность его формирования. Предлагается оценка экономического потенциала на базе экспресс-оценки его производственной, финансовой и рыночной составляющих, которая проводится на основании ряда показателей. Результатом оценки является присвоение экономиче-

скому потенциалу предприятия одного из трех возможных рейтингов (А – высокий уровень, В – средний, С – низкий).

Результаты апробации разработанной методики на территориально-производственном кластере Нижнекамского муниципального района позволили сделать следующие выводы: ОАО «ТАИФ-НК» и ОАО «Нижнекамскнефтехим» характеризуются высоким уровнем (А) экономического потенциала. Они способны стать движущей силой, ядром экономического развития кластера. ОАО «ТАНЕКО» в свою очередь характеризуется средним уровнем (В) экономического потенциала и представляет для кластера особое значение, в силу того, что данное предприятие представляет собой проект крупномасштабного строительства и введения в эксплуатацию нефтеперерабатывающих заводов, реализация которого окажет в долгосрочной перспективе существенное влияние на развитие регионального кластера. Что касается ОАО «Нижнекамскшина», то данное предприятие отличается низким уровнем (С) экономического потенциала. Однако оно характеризуется высоким уровнем производственного потенциала и способно производить большие объемы востребованной шинной продукции, что делает предприятие привлекательным для кластера. Таким образом, проведенное практическое исследование позволило выявить ряд благоприятных условий и сделать вывод, что формирование территориально-производственного кластера является обоснованным и целесообразным предложением.

Процесс формирования кластерного образования не может быть запущен без предварительного обоснования с точки зрения экономической эффективности. Таким образом, опираясь на последние публикации, посвященные данной проблеме [2–4, 8, 10], мы разработали методику прогнозирования синергетического эффекта кластеризации. В рамках данной методики предлагается оценить выгоду от синергетического эффекта на основе показателей операционной, финансовой и инвестиционной синергии.

Располагая методологическим подходом, мы спрогнозировали синергетический эффект от формирования регионального кластера Нижнекамского муниципального

района Республики Татарстан, его величина составила 302 243 817 000 руб. Данного результата интегрируемые предприятия могут достигнуть в среднесрочном периоде (4–5 лет) деятельности кластера. Данная сумма денежных средств найдет отражение в увеличении чистой прибыли, выручки и стоимости собственного капитала исследуемых предприятий.

В то же время формирование территориального кластера вызовет экономические эффекты масштаба, охвата и опыта, будет способствовать формированию общей ресурсной базы, предназначенной для минимизации препятствий к осуществлению инновационной деятельности. В рамках исследуемой интегрированной структуры формируется единая маркетинговая политика и система сбыта, которые оптимизируют положение предприятий на рынке. Следует отметить, что гибкая организационная структура кластера будет способствовать развитию на территории Нижнекамского муниципального района вокруг формирующегося кластера малого бизнеса. В то же время наиболее приоритетным направлением функционирования кластера является инновационная деятельность. В рамках данного направления целесообразно создать на базе кластера рассматриваемых предприятий промышленный технопарк. Эффективно работающий технопарк может стать важным элементом инновационной инфраструктуры регионального кластера и, как следствие, двигателем инновационного развития Нижнекамского муниципального района и Республики Татарстан.

Таким образом, проведенное комплексное исследование, основанное на обосновании эффективности проекта кластера Нижнекамского муниципального района Республики Татарстан, доказало, что в условиях глобальной конкуренции объединение отечественных предприятий в рамках территориально-производственных кластерных структур является наиболее актуальным и эффективным механизмом повышения конкурентоспособности и ускорения инновационного развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дырдонова А. Н. Методические подходы к выявлению и оценке кластеров в экономике региона // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. – № 28(163). – С. 25–32.
2. Дырдонова А. Н. Оценка эффективности кластерных образований: методический подход // Регионология. – 2010. – № 4. – С. 83–88.
3. Козенкова Т. А. Теория и методология финансового менеджмента интегрированных предпринимательских структур. – М. : Дашков и К°, 2011. – 318 с.
4. Козенкова Т. А., Адамов Н. А. Факторы и показатели синергетического эффекта интеграции // Вестник ГОУ ВПО «Государственный университет управления». – 2010. – № 10. – С. 171–173.
5. Ларина Н. И. Региональные кластеры и территориально-производственные комплексы как формы территориальной организации производства // Регион: экономика и социология. – 2013. – № 4. – С. 126–138.
6. Портер М. Э. Конкуренция / пер. с англ. – М. : Вильямс, 2009. – 608 с.
7. Пронин М. В. Экономическая оценка слияний и поглощений непубличных компаний промышленности – Тамбов, 2012. – 230 с.
8. Фомин Н. Ю., Дырдонова А. Н., Зинурова Р. И. Формирование территориально-производственных кластеров как эффективный механизм развития региональной экономики // Вестник Казанского технологического университета. – 2014. – Т. 17. – № 12. – С. 384–387.
9. Dyrdonova A. N., Fomin N. Y. Supporting rationale of regional clusterization effectiveness: methodological approach // International Journal of Econometrics and Financial Management. – 2014. – Vol. 2. – № 4. – С. 148–152.
10. Melnik A. N., Dyrdonova A. N. Infrastructural support for development of the territorial petrochemical cluster // Mediterranean Journal of Social Sciences. – 2014. – Vol. 5. – № 18. – С. 299–304.

Дырдонова Алена Николаевна, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой «Экономика и управление», Нижнекамский химико-технологический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»: Россия, 423570, Республика Татарстан, г. Нижнекамск, просп. Строителей, 47.

Фомин Никита Юрьевич, ассистент кафедры «Экономика и управление», Нижнекамский хи-

мико-технологический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»: Россия, 423570, Республика Татарстан, г. Нижнекамск, просп. Строителей, 47.

Тел: (917) 900-57-77

E-mail: DAN-home@yandex.ru

INTEGRATION WITHIN THE FRAMEWORK OF TERRITORIAL-PRODUCTION CLUSTERS AS AN EFFICIENT DIRECTION OF INCREASING THE COMPETITIVE ABILITY AND INNOVATIVE DEVELOPMENT OF RUSSIAN ENTERPRISES

Dyrdonova Alena Nikolaevna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., head of “Economics and management” department, supervisor of student research, Nizhnekamsk chemical-technological institute (branch of Kazan national research technological university). Russia.

Fomin Nikita Yurievich, assistant lecturer of “Economics and management” department, Nizhnekamsk chemical-technological institute (branch of Kazan national research technological university). Russia.

Keywords: cluster, integration, competitive ability, efficiency, innovative development, economic potential, synergetic effect.

The work is devoted to substantiating the efficiency of the cluster type of integration of Russian enterprises. The research develops methodological approaches to assessing the reasonability of the creation of cluster formations and forecasting the synergetic effect of these structures' activity. The given methodological approaches were approved in the process of the development and substantiation of the project of territorial-production cluster in Nizhnekamsk municipal district. It is suggested to form this cluster on the basis of a complex of petroleum refining and petroleum-chemical enterprises of Nizhnekamsk industrial site. These include “TAIF-NK” JSC, “Nizhnekamskneftekhim” JSC, “Nizhnekamskshina” JSC and “TANEKO” JSC.

ПРИМЕНЕНИЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ

Л. А. КАРЯКИНА

*Саранский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации
«Российский университет кооперации»,
г. Саранск, Республика Мордовия*

Аннотация. В данной статье предпринята попытка обосновать использование кластерного подхода применительно к социально-экономическому развитию потребительской кооперации Республики Мордовия, учитывая ее диверсифицированный характер и тесную взаимосвязь с агропромышленным сектором экономики.

Ключевые слова: потребительская кооперация, стратегия, развитие, агропромышленный кластер, конкурентоспособность.

Республика Мордовия – это исторически сложившийся индустриально-аграрный регион. Агропромышленный комплекс Республики Мордовия динамично развивается за счет целенаправленной работы по развитию всех форм хозяйствования на селе, последовательной аграрной политики, направленной на финансовое оздоровление предприятий, укрепление их материально-технической базы [1, с. 56]. Однако, несмотря на позитивную динамику, обеспечиваемую предприятиями агропромышленного кластера в региональной экономике, все же остаются нерешенными задачи нехватки квалифицированных кадров, низкого уровня инновационного развития сельскохозяйственных предприятий и социальной сферы села. По-прежнему достаточно остро стоит проблема обеспечения продовольственной безопасности, регион пока не вышел на рекомендуемый уровень научно обоснованных норм потребления продуктов питания.

В связи с этим представляется достаточно актуальным и своевременным рассматривать участие предприятий потребительской кооперации республики в составе регионального агропромышленного кластера. Они играют существенную роль в увеличении производства продовольственной продукции и имеют широкую сеть интеграционных связей со всеми участниками функционально-отраслевого механизма регионально-

го агропромышленного комплекса, включая сельскохозяйственных товаропроизводителей, предприятия, перерабатывающие сельскохозяйственную продукцию и предприятия смежных отраслей аграрного сектора – строительные, транспортные, складские.

Потребительская кооперация в Мордовии сохранилась как единая организационная система, имеющая достаточный потенциал для своего дальнейшего развития. Кооперативные организации Мордовпотребсоюза действуют в 13 муниципальных образованиях республики и обслуживают около 164 тыс. человек (19,8% населения республики). Данная система является диверсифицированной (основными видами экономической деятельности выступают розничная и оптовая торговля, общественное питание, производство, заготовительная деятельность, услуги) и это является большим ее преимуществом [2, с. 332]. Не менее значимым преимуществом потребительской кооперации является ее статус некоммерческой организации. За годы реформ местные органы управления убедились в том, что потребительская кооперация Республики Мордовия является достаточно стабильной системой. Несмотря на определенные недостатки в коммерческой деятельности, она работала и продолжает работать, сохраняя сложившийся имидж социально ориентированной системы. Поэтому государственные органы управления, мест-

ные органы власти, имеющие достаточные возможности для поддержки кооперативной системы, видят в ней потенциал, способный оказать позитивное влияние на развитие региональной экономики. Важно, чтобы и районные потребительские общества, предприятия потребительской кооперации повышали свой уровень взаимодействия с профилирующими министерствами и ведомствами республики, предлагали инновационные разработки в областях своей деятельности, придерживались единой стратегии развития.

Следует отметить, что конкурентоспособность потребкооперации зависит не только от ее эффективного взаимодействия с правительственными учреждениями, но и другими субъектами, как на региональном уровне, так и в рамках национальной экономики. Кооперативная система в сельской местности до сих пор является одним из серьезных его субъектов, имеющих своего покупателя. Покупателей достаточно много (в некоторых районах численность населения, обслуживаемого потребкооперацией, достигает 100%), однако по многим объективным и субъективным обстоятельствам кооперативные организации все же отстают от коммерческих структур по ряду показателей эффективности и рентабельности, несмотря на то, что первые имеют все условия для эффективного применения рыночных методов в своей деятельности.

Предприятия потребительской кооперации Республики Мордовия могли бы развиваться динамичнее при соответствии менеджмента кооперативных организаций современным условиям, основанным на высоких профессиональных компетенциях. К сожалению, действующая система управления потребительской кооперацией в республике многие годы остается неизменной. Ее определяют такие факторы, как относительно однообразное разделение производственно-хозяйственных функций в масштабах региона, а также отсутствие навыков ведения бизнеса по рыночным правилам, несовершенная инфраструктура, недостаточная информационная поддержка. На фоне сокращения численности сельского населения в регионе наблюдается тенденция снижения качественного уровня и количественного состава работников системы потребкооперации республики. Низкая заработная плата и ее медленный рост, плохие условия труда, тяжелая работа, недоразви-

тие социальной сферы на селе, устаревший организационно-экономический механизм хозяйствования не способствуют притоку сюда трудовых ресурсов.

К числу угроз со стороны внешнего окружения относится тенденция к снижению платежеспособного спроса населения в республике. По уровню бедности Республика Мордовия среди регионов Приволжского федерального округа занимает 12-е место [3, с. 31]. Противостоять данной угрозе кооперативной системе сложно, поскольку очень многое в этом вопросе зависит от государственного регулирования макроэкономических процессов. На взгляд автора, реализация национального проекта «Развитие АПК», а также государственной программы «Развитие сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия Республики Мордовия на 2013–2020 годы» позволит повысить уровень благосостояния работников села на основе устойчивого развития сельских территорий. Кроме того, потребительская кооперация может способствовать решению указанной проблемы, используя свой многоотраслевой характер деятельности.

Основываясь на результатах проведенного анализа внешней и внутренней среды системы потребительской кооперации Республики Мордовия, автор пришел к следующим выводам: во-первых, при выборе организациями потребительской кооперации республики стратегических направлений развития, завоевании новых рынков сбыта и разработке стратегии, необходимо ориентироваться на создание продукции, доступной покупателю по цене и достаточно высокого качества; во-вторых, выбирая дальнейшие направления своего развития, необходимо учитывать свои сильные и слабые стороны. При этом потенциал системы должен четко быть ориентирован с одной стороны, на рыночную ситуацию, а с другой – на реализацию социальной миссии, присущей потребкооперации. В-третьих, в целях эффективного развития системы представляется целесообразной рациональная организация интеграции, которая может быть достигнута за счет грамотного построения многоотраслевых связей и экономических взаимоотношений. К сожалению, исследуя деятельность организаций системы потребительской кооперации в Республике

Мордовия, автор пришел к выводу, что не все предприятия осознают необходимость их интеграции, как между собой, так и с другими субъектами продовольственного рынка. Республиканские организации потребительской кооперации развиваются неравномерно и недостаточно. Механизм экономических взаимоотношений сельхозтоваропроизводителей, перерабатывающих и торговых предприятий кооперативной системы несовершенен. В этой связи представляется своевременным осуществление поиска и создание новых форм взаимоотношений в сфере потребительской кооперации Республики Мордовия.

В современной экономической ситуации существует тенденция к укрупнению и объединению различных организационно-правовых форм. Однако для потребительской кооперации республики важно сохранить кооперативное единство и самобытность, поскольку существование потребительских обществ и союзов в системе является неопределимым преимуществом, способом самоорганизации и самозащиты. Именно поэтому, по мнению автора, не следует использовать «жесткую» интеграцию, предполагающую организационное объединение нескольких юридических лиц, применительно к организациям потребительской кооперации. Автор полагает, что для них многообещающим направлением, нацеленным на эффективное развитие, может стать сотрудничество с динамично развивающимся в республике агропромышленным кластером. Анализ основных видов экономической деятельности, осуществляемых в указанной сфере, позволяет сделать вывод о необходимости применения стратегии кластерного развития. Речь идет о партнерстве, развивающемся дальше обычных торговых операций, но не доходящим до корпоративного слияния. Это – форма «мягкой» интеграции, направленная на

решение согласованных задач на основе общих экономических интересов.

На наш взгляд, такой подход позволит преобразовать модель потребительской кооперации республики в инновационную систему, сохраняющую социальную ориентацию, но функционирующую по законам рынка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Карякина Л. А. Предпосылки формирования кластерных структур в регионе // *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики*. – 2012. – № 1. – С. 56.
2. Фридман А. М. Исследование резервов повышения эффективности деятельности потребительской кооперации в условиях негативной экономической ситуации в стране. // *Инновации в научных исследованиях современного общества : материалы Международ. науч.-практ. конф., посвященной 125-летию А. В. Чаянова*. – Ярославль ; М. : Канцлер, 2013. – С. 332.
3. Республиканская целевая программа развития Республики Мордовия на 2013–2018 годы / Правительство Респ. Мордовия ; науч. ред. С. М. Вдовин, Н. Д. Гуськова, Е. А. Неретина ; редкол. : Л. А. Кормишкина, Г. В. Косова, В. Н. Мазов, Т. А. Салимова. – Саранск : Изд-во Мордов. ун-та, 2013. – 368 с.

Карякина Лариса Александровна, канд. экон. наук, доцент, Саранский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 430027, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Транспортная, 17.

Тел.: (834-2) 35-65-43

E-mail: kariakina.larisa@yandex.ru

USAGE OF CLUSTER APPROACH IN THE SOCIAL-ECONOMIC DEVELOPMENT OF CONSUMER COOPERATION IN THE REPUBLIC OF MORDOVIA

Karyakina Larisa Aleksandrovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Saransk cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation"). Russia.

Keywords: *consumer cooperation, strategy, development, agro-industrial cluster, competitive ability.*

The article makes an attempt to substantiate the usage of cluster approach in relation to the social-economic development of consumer cooperation in the Republic of Mordovia with the consideration of its diversified nature and close interconnection with the agro-industrial sector of economy.

ФОРМИРОВАНИЕ ТОВАРНЫХ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ РЕСУРСОВ

Д. И. ВАЛИГУРСКИЙ, А. Я. ГЕТЦ

*АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»,
г. Мытищи, Московская обл.*

Аннотация. В статье отмечается, что агропромышленный комплекс является одним из крупнейших и жизненно важных секторов российской экономики. Его состояние и эффективность функционирования оказывают решающее влияние на продовольственное обеспечение и жизненный уровень населения.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, государственная программа, экспорт и импорт продовольственных товаров, размещение производства, структурные сдвиги, районы производства, инвестиционный потенциал, специализация и концентрация.

На решение актуальных проблем развития АПК как основы обеспечения продовольственной безопасности страны, устранения и особенно предотвращения внутренних и внешних ее угроз и рисков нацелены Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства», «Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы. В них изложены сущность, цели и основные направления государственной аграрной политики, которая провозглашена приоритетом в социально-экономической политике государства, а следовательно, в определенной степени отражают стратегию развития агропромышленного комплекса на пятилетний и более отдаленный период, тем самым способствуя более полному обеспечению страны продовольствием.

В 2012 г. индекс производства продукции сельского хозяйства (в сопоставимых ценах) составил 95,3% к уровню предыдущего года, что на 8,8 процентного пункта меньше целевого показателя Государственной программы, в том числе продукции растениеводства – 88%. Динамика индекса производства продукции сельского хозяйства по категориям хозяйств показывает, что в завершающем году реализации Государственной программы спад производства сельскохозяйственной продукции в целом был допущен всеми категориями хозяйств, продукции живот-

новодства – только хозяйствами населения. Снижение объема производства продукции растениеводства в 2012 г. по сравнению с предыдущим годом во многом произошло за счет снижения урожайности большинства сельскохозяйственных культур и уменьшения посевных площадей под техническими культурами. Производство продукции животноводства по сравнению с предыдущим годом возросло как за счет повышения продуктивности скота и птицы, так и благодаря увеличению их поголовья. Производство продукции животноводства было более стабильно по сравнению с продукцией растениеводства (табл. 1).

В 2012 г. экспорт сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, достигнув 16,6 млрд долл., был наибольшим за все годы рыночных преобразований. Вместе с тем по-прежнему сальдо экспорта и импорта на агропродовольственном рынке страны остается отрицательным, хотя в 2012 г. оно сократилось до 23,6 млрд долл. против 30,5 млрд долл. в 2011 г. Основным экспортным товаром является зерно, экспортные поставки которого превысили 22 млн т, или 31,5% к общему объему производства зерна. В 2012 г. по сравнению с 2000 г. значительно возросли физические объемы импорта мяса свежего и мороженого (в 2,7 раза), рыбы свежей и мороженой (в 2,2 раза), молока и сливок сгущенных (в 1,9 раза), масла сливочного и прочих молочных жиров (в 1,6 раза) (табл. 2).

Таблица 1 – Производство основной сельскохозяйственной продукции в Российской Федерации, тыс. т

Показатели	Годы								2012 г. в % к 2000 г.
	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Зерно, млн т	65,5	77,9	81,6	108,2	97,1	61,0	94,2	70,9	108,2
Льноволокно	71	56	48	52	52	35	43	46	64,8
Сахарная свекла (фабричная), млн т	14,1	21,3	28,8	29	24,9	22,3	46,3	45,1	319,9
Семена подсолнечника	3919	6469	5671	7350	6454	5345	9628	7993	204,0
Соя	342	686	650	746	944	1222	1749	1806	5,3 раза
Рапс	149	304	630	752	667	670	1054	1035	6,9 раза
Картофель, млн т	29,5	28,1	27,2	28,8	31,1	21,1	32,6	29,5	100,0
Овощи, млн т	10,3	11,3	11,5	13,0	13,4	12,1	14,7	14,6	141,7
Плоды и ягоды	2690	2404	2503	2394	2768	2149	2514	2664	99,0
Мясо (в живом весе) – всего	7029	7726	8746	9331	9972	10553	10940	11630	165,5
В том числе крупного рогатого скота	3329	3205	3020	3115	3071	3053	2888	2926	87,9
свиной	2152	2089	2584	2692	2899	3086	3198	3310	153,8
птицы	1124	1970	2650	3022	3475	3866	4325	4842	4,3 раза
овец и коз	310	337	373	383	399	410	422	424	136,8
других видов	114	125	119	119	128	138	132	128	112,3
Молоко, млн т	32,3	31,1	32,0	32,4	32,6	31,8	31,6	31,9	98,8
Яйца, млрд шт.	34,1	37,1	38,2	38,1	39,4	40,6	41,1	42,0	123,2

Таблица 2 – Импорт основных видов сельскохозяйственного товаров и сырья для их производства в Российскую Федерацию, тыс. т

Показатели	Годы								2012 г. в % к 2000 г.
	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012		
Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (кроме текстильного), млрд долл. США	7,4	17,4	35,2	30,0	36,4	42,5	40,2	5,4 раза	
Мясо свежее и мороженое (без мяса птицы)	517,0	1340,0	1710,9	1437,8	1441,6	1429,0	1399,2	2,7 раза	
Мясо птицы свежее и мороженое	694,0	1329,0	1224,0	985,9	688,0	493,0	527,5	76,0	
Свинина свежая и мороженая	н.д.	н.д.	822,1	666,8	680,7	714,4	780,0	–	
Рыба свежая и мороженая	328,0	787,0	881,4	794,7	791,6	704,8	736,3	2,2 раза	
Молоко и сливки сгущенные	76,6	146,0	160,2	129,1	236,4	383,8	145,7	1,9 раза	
Масло сливочное и прочие молочные жиры	70,8	133,0	140,1	125,3	134,3	135,5	115,0	1,6 раза	
Масло подсолнечное	150,0	131,0	111,9	43,4	115,0	93,7	17,3	11,5	
Сахар-сырец	4547,0	2893,0	2417,6	1251,8	2086,3	2331,5	520,2	11,4	
Сахар белый	467,0	625,0	165,1	258,9	285,4	247,3	61,7	13,2	
Цитрусовые плоды	473,0	953,0	1288,4	1280,0	1491,0	1660,9	1567,4	3,3 раза	

За этот период стоимость импорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья увеличилась в 5,4 раза. Основной прирост стоимости импорта произошел за счет повышения средних контрактных цен практически на все продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье для их производства, которые, например, на мясо птицы свежее и мороженое возросли в 3,2 раза, мясо птицы свежее и мороженое – в 2,8, молоко и сливки сгущенные – в 3,3, масло сливочное и прочие молочные жиры – в 3,2 раза.

В формировании общих ресурсов молока и молочных продуктов в 2008–2012 гг. доля импорта колебалась от 16,8% в 2009 г. до 19,5% в 2010 г. При этом при снижении производства молока самообеспеченность молоком и молочными продуктами снизилась за этот период с 83,1 до 80,8%. Молочная продукция поставлялась на российский рынок из стран дальнего зарубежья, в том числе из Германии (17%), Финляндии (17%), Нидерландов (7%), Литвы (9%). Из государств – участников СНГ основными экспортерами были республики Беларусь и Украина. Доля импорта мяса и мясных продуктов за этот период сократилась с 32,9% в 2007 г. до 23,6% в 2012 г. и соответственно самообеспеченность этой продукцией увеличилась с 63,0 до 74,0%.

В продовольственной группе необходимо повышение доли в посевах и в производстве крупяных, сильных и твердых сортов пшеницы, пивоваренного ячменя, а в фуражной – ячменя, кукурузы и зернобобовых. Основой развития территориального разделения труда в зерновом хозяйстве является концентрация посевов каждой культуры в зонах, располагающих для ее возделывания наилучшими природными условиями. Необходимая для этого структурная перестройка зернового хозяйства предприятий и регионов в направлении углубления специализации на производстве наиболее выгодных для них видов зерна соответствует их интересам, так как окупаемость затрат и прибыль выше по тем культурам, для которых природные условия более благоприятны. Специализация и концентрация производства имеет особенно важное значение применительно к зерновым культурам с ограниченным ареалом возделывания: твердой пшенице, рису, гречихе, просу, кукурузе, пивоваренному ячменю.

Очередной политический кризис, случившийся в Украине осенью 2013 г. и факти-

чески длящийся до сих пор, серьезным образом изменил экономический баланс не только Украины, но практически и всего мира.

По официальной версии украинских властей, одним из факторов дестабилизации ситуации в регионе явились действия России. В результате в адрес Российской Федерации посыпались угрозы о введении против нее различного рода санкций. Некоторые из них уже введены, другие планируются.

Если проанализировать перечень санкций, которые тем или иным образом затронут интересы России, то их можно классифицировать по следующим направлениям:

1. Коммерческие и торговые санкции представляют собой наиболее часто применяющийся в международной практике тип санкций. К торговым санкциям относятся полное эмбарго; прекращение технического обслуживания и др. К примеру, 7 мая 2014 г. правительство Соединенных Штатов Америки исключило Россию из торговой программы, позволяющей странам с переходной экономикой беспроцентно импортировать в США определенные виды товаров.

2. Финансовые санкции. Данный вид санкций широко применяется в международной практике как эффективный метод подрыва валютного и/или экономического положения страны. Финансовые санкции, как правило, включают в себя блокирование иностранных активов членов правительства; ограничение доступа на финансовые рынки; прекращение предоставления финансовой помощи.

3. Санкции в отношении передвижения. К этому типу санкций относится ограничение (или полный запрет) на перемещение через границу своего государства определенных лиц или групп лиц; запрет на перемещение любых средств сообщения.

4. Дипломатические санкции, к коим относятся полный или частичный отзыв сотрудников дипломатических представительств из страны – объекта санкций; аннулирование дипломатических виз и др. В частности, Организация Североатлантического договора приостановила все формы сотрудничества с Россией, кроме переговоров на уровне послов и выше, а Европейский союз 6 марта 2014 г. приостановил переговоры с Россией по вопросу облегчения визового режима и нового базового соглашения.

5. Процессуальные санкции включают прекращение или лишение права голоса госу-

дарства в какой-либо международной организации; лишение права на представительство в выборных органах международной организации; неприятие или исключение из членства в международной организации.

Следует отметить, что применение процессуальных санкций таит в себе наибольшую опасность для России по сравнению с другими видами изоляции.

Общее количество санкций, введенных против России к концу апреля 2014 г., составило более сотни. Ответные санкции России по отношению к западным партнерам оказались на порядок мягче. Наиболее серьезным ответом стали санкции в отношении девяти официальных лиц и членов Конгресса США, которым де-юре запретили въезд на территорию России.

Российское правительство ответило на санкции западных стран симметрично, согласно указу президента, с 6 августа действуют ограничения на ввоз продовольственных товаров из стран, принявших санкции в отношении РФ. Запрет на ввоз продуктов из стран, поддержавших санкции в отношении РФ, коснулся молока, рыбы, мяса, овощей, фруктов, орехов, колбасы и сыров.

Полный запрет на поставки говядины, свинины, овощей и фруктов, мяса птицы, рыбы, сыра, молока и молочных продуктов из стран Евросоюза, Соединенных Штатов Америки, Австралии, Канады и Норвегии вводится с 7 августа сроком на один год.

Речь идет о годовом импорте продукции на \$9,1 млрд. Больше всего пострадают от запрета страны ЕС, которые поставляли на российский рынок продовольствия из санкционного списка на \$6,5 млрд, и Норвегия (товаров на \$1,2 млрд). Импорт из остальных стран был в разы меньше: из США – на \$843,8 млн, из Канады – на \$373,6 млн, из Австралии – на \$182 млн.

ЛИТЕРАТУРА

1. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы / утв. постановлением Правительства Российской Федерации от 14.07.2012 г. № 717.
2. Национальный доклад «О ходе и результатах реализации Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008–2012 годы». – М. : Росинформагротех, 2012. – 204 с.
3. Перспективы развития производства потребления основных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в России на 2011–2015 гг. : коллективная монография / А. И. Алтухов, Л. П. Силаева и др. – М. : ГНУ ВНИИЭСХ ; Уфа : ГУП РБ Уфимский полиграфкомбинат, 2010. – 164 с.
4. Обеспечение страны сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием на основе территориально-отраслевого разделения труда в АПК: методология и методы прогноза : коллективная монография / А. И. Алтухов, Л. П. Силаева [и др.]. – М. : ГНУ ВНИИЭСХ ; Пермь : Пресс-тайм, 2011. – 137 с.

Валигурский Дмитрий Иванович, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой «Коммерция и технология торговли», АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. В. Волошиной, 12/30.

Гетц Александр Яковлевич, аспирант кафедры «Коммерция и технология торговли», АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. В. Волошиной, 12/30.

Тел.: (495) 640-57-11

E-mail: dvaligurский@rucoop.ru

FORMATION OF COMMODITY FOOD RESOURCES

Valigursky Dmitriy Ivanovich, Dr. of Econ. Sci., Prof., head of "Commerce and technology of trade" department, "Russian university of cooperation" of Tsentrsoyuz of the Russian Federation. Russia.

Getz Aleksandr Yakovlevich, postgraduate student of "Commerce and technology of trade" department, "Russian university of cooperation" of Tsentrsoyuz of the Russian Federation. Russia.

Keywords: food safety, state program, export and import of food, production placement, structural shifts, production regions, investment potential, specialization and concentration.

The article points out the fact that agro-industrial complex is one of the largest and vitally important sectors of Russian economy. Its condition and efficiency of its functionings have a decisive influence on food supply and level of life of the population.

ОЦЕНКА БИЗНЕС-РИСКОВ ОБЩЕСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА ПО ЭКСПЛУАТАЦИИ СПОРТИВНЫХ СООРУЖЕНИЙ

Э. Н. ЕВСТАФЬЕВ

ФГБОУ ВПО «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма»,

г. Казань, Республика Татарстан

Аннотация. Анализируются риски бизнеса при возможном использовании спортивных объектов, построенных или/и реконструированных к XXVII Всемирной летней универсиаде 2013 года в Казани, по концессионной модели государственно-частного партнерства. Предпринят сценарно-вероятностный подход для количественной оценки бизнес-рисков, предложены меры по их преодолению.

Ключевые слова: общественно-частное партнерство, концессионные соглашения, спортивные сооружения, бизнес-риски.

В процессе подготовки к XXVII Всемирной летней универсиаде в Казани было построено или реконструировано огромное количество спортивных сооружений. Для эффективной реализации наследия Универсиады-2013 большое значение имеет решение вопроса об организационно-экономических формах дальнейшего использования сформированного в городе потенциала спортивной инфраструктуры.

Особенно актуален этот вопрос для определенной части физкультурно-спортивных объектов, находящихся в общественной (государственной и муниципальной) собственности. И дело здесь не только в нехватке бюджетных средств на содержание многочисленных физкультурно-спортивных сооружений, но и в целесообразности более активного подключения бизнеса к развитию физической культуры и спорта в городе.

Как показывает опыт США и стран Евросоюза, одним из наиболее эффективных механизмов общественно-частного партнерства во многих сферах, в том числе в сфере физической культуры и спорта, является концессия. Правовой механизм концессии в России основывается на Федеральном законе «О концессионных соглашениях». Согласно этому закону содержанием концессии является создание и (или) использование одной стороной

(концессионером) недвижимого имущества, право собственности на которое принадлежит или будет принадлежать другой стороне (концеденту), и которое эта другая сторона передает с указанными целями во владение первой стороне.

К настоящему времени в России концессионные соглашения получили определенное распространение при строительстве и эксплуатации объектов производственной инфраструктуры, морских и речных портов, автомобильных дорог, а также объектов социальной инфраструктуры, таких как детские сады и иные дошкольные учреждения. В спортивной же сфере, в отличие от западных стран, где до 70 % инвестиций в спорт обеспечивается частным бизнесом, концессионные механизмы пока еще применяются редко. Среди причин, сдерживающих распространение этой перспективной формы общественно-частного партнерства в сфере физической культуры и спорта, выделяется высокая степень неопределенности, присущая концессионным проектам, что создает большие риски для потенциальных концессионеров.

Нами было проведено эмпирическое исследование с целью анализа рисков участия бизнеса в концессионных соглашениях по эксплуатации имеющихся в городе Казани общественных спортивных объектов и разработ-

ки концептуальных положений, касающихся управления такими рисками.

В основу идентификации подобных рисков был заложен подход, предложенный Гримсеем и Левисом, которыми обосновано существование 9 видов рисков общественно-частного партнерства [7, с. 176]. В рамках проведенного исследования эти виды рисков были уточнены и несколько изменены с учетом особенностей создания и эксплуатации инфраструктурных объектов в сфере спорта и российских реалий. При этом основной упор делался на консультации со специалистами. В ходе обсуждений с представителями спортивного бизнеса и учеными в области экономики и менеджмента спорта было выделено 6 видов рисков для частных операторов в концессионных проектах по эксплуатации спортивных объектов:

- операционные риски;
- рыночные риски;
- технические риски;
- риски, связанные с поведением концедента;
- политические риски;
- форс-мажорные риски.

Оценка выделенных рисков основывалась на сценарно-вероятностном подходе. Данный подход предполагает выявление посредством опроса экспертов сравнительной опасности каждого вида риска и определение на основе анализа всевозможных сценариев дальнейшего развития событий, касающихся объекта исследования, и вероятности их наступления. Затем исходя из полученных параметров, рассчитываются интегральные показатели значимости рисков.

К экспертному анализу было привлечено 38 экспертов, представляющих потенциальных концессионеров. Экспертам было предложено оценить каждый вид риска из приложенного перечня с точки зрения опасности его возникновения в процессе реализации концессионного проекта (по десятибалльной шкале) и с точки зрения вероятности его наступления (в процентах). При этом сумма показателей вероятности по всем видам рисков должна была равняться 100. По этим данным были определены средние показатели опасности рисков (d_i) и вероятности их наступления в долях единицы (p_i), на базе чего были произведены расчеты интегральных показателей значимости рисков по каждому их виду (R_i):

$$R_i = d_i p_i$$

В зависимости от значений интегральных показателей виды рисков подлежали разделению по категориям умеренных, существенных и больших рисков.

По проведенным расчетам наиболее высокие показатели значимости оказались у двух их типов: рисков, связанных с возможным ненадлежащим поведением концедента, и операционных рисков. Соответственно именно эти риски были охарактеризованы как большие. Рыночные и политические риски были отнесены к существенным, а технические и форс-мажорные риски – к умеренным рискам.

Исходя из полученных результатов, можно утверждать, что преодоление больших рисков в реализации концессионных проектов в сфере спорта в равной степени зависит от общественных и частных партнеров. Общественный партнер своим поведением должен обеспечить необходимое доверие к себе со стороны потенциальных концессионеров, создать привлекательные условия для активного участия бизнеса в иницилируемых им общественно-частных проектах. Преодоление операционных рисков во многом находится во власти концессионера, которым еще до заключения концессионного соглашения должна быть разработана система мер, направленных на снижение издержек по эксплуатации соответствующего спортивного объекта. В тех случаях, когда рост этих издержек неподконтролен концессионеру, размер и порядок компенсации возможного превышения эксплуатационных затрат над ожидаемыми должны быть закреплены в концессионном соглашении. Целенаправленные и согласованные действия сторон концессионного соглашения служат залогом преодоления и тех рисков, которые отнесены в данном исследовании к категории существенных и умеренных рисков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Артамонов А. А. Риски реализации инвестиционных строительных проектов: определение, классификация и управление // Инвестиционно-строительная деятельность в условиях становления рыночных отношений : сб. науч. трудов. – СПб. : СПбГАСУ, 2001. – С. 159–162.

2. Евстафьев Н. В., Евстафьев Э. Н. Оценка относительной эффективности альтернативных форм государственной ресурсной поддержки частных инвестиционных проектов // Финансовая экономика. – 2012. – № 3. – С. 55–59.
 3. Евстафьев Н. В. Место и роль государства в системе взаимодействия субъектов хозяйствования // Ученые записки Казанского университета. – 2005. – Т. 147. – № 3. – С. 60–71.
 4. Кадыров А. Р. Пути эффективного использования спортивных объектов, построенных в рамках подготовки к XXVII Всемирной летней Универсиаде 2013 года в городе Казани // Спортивное наследие Универсиады-2013 : материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Казань : Поволжская ГАФКСиТ, 2010. – С. 14–16.
 5. Насретдинов И. Т. Роль и оценка торгового сервиса в современных условиях // Проблемы и перспективы развития индустрии сервиса, торговли и общественного питания в современной России : материалы Междунар. науч.-практ. конф. – М. : ООО «Издательский дом Центросоюза», 2014. – С. 7–11.
 6. Bult-Spiering M., Dewulf G. Strategic issues in public-private partnerships: An international perspective. – Oxford : Blackwell Publishing Ltd, 2006.
 7. Grimsey D., Lewis M. Public private partnerships and public procurement. // A Journal of Policy Analysis and Reform. – 2007. – № 14(2). – P. 171–188.
- Евстафьев Эдуард Николаевич*, канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Поволжская государственная академия физической культуры, спорта и туризма»: Россия, 420138, Республика Татарстан, г. Казань, деревня Универсиады, 35.
- Тел.: (843) 294-90-02
E-mail: evs.econ@rambler.ru

ASSESSMENT OF THE BUSINESS RISKS OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP FOR SPORTS FACILITIES OPERATION

Evstafiev Eduard Nikolaevich, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Volga State academy of physical culture, sport and tourism. Russia.

Keywords: *public-private partnership, concession agreements, sports facilities, business risks.*

The work analyzes the risks of business connected with the possible usage of sports facilities built or reconstructed for the XXVII World summer Universiade in Kazan according to the concession model of state-private partnership. It makes an attempt to use the scenario-probabilistic approach for the quantitative assessment of business risks and suggests measures for overcoming them.

О РОЛИ МАЛЫХ НЕФТЕДОБЫВАЮЩИХ КОМПАНИЙ В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ НЕФТЯНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

*М. Г. ВЬЮКОВ, А. В. ПАВЛОВА**

*ЧОУ ВПО «Институт экономики управления и права»,
*ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы формирования и развития малых нефтедобывающих компаний в России. Авторы уделяют внимание выявлению проблем развития МНК, анализу опыта работы малых нефтедобывающих компаний на территории Республики Татарстан, а также определяют перспективные направления развития современных малых нефтедобывающих компаний в России.

Ключевые слова: малые нефтедобывающие компании, инновации в нефтедобыче.

Рассматривая вопросы инновационной модернизации топливно-энергетического комплекса (ТЭК) России, обратимся к «Энергетической стратегии России на период до 2020 года». Согласно данному документу основными задачами научно-технического развития нефтяной промышленности являются:

- повышение эффективности геолого-разведочных работ;
- повышение эффективности разработки месторождений с трудноизвлекаемыми запасами целых повышения нефтеизвлечения;
- повышение эффективности доразведки месторождений с остаточными запасами нефти в обводненных зонах;
- повышение потенциальной продуктивности средне- и низкодебитных скважин, как на стадии строительства, так и на стадии эксплуатации;
- интенсификация и повышение качества строительства скважин глубиной более 4 000 метров;
- повышение продуктивности скважин с низкопроницаемыми коллекторами [6].

Однако являясь наиболее благополучным сектором российской экономики, ТЭК сталкивается с рядом сложных проблем:

1. ухудшается структура запасов. Доля трудноизвлекаемых запасов уже достигла 55–60% и продолжает расти. Более 70% запасов не-

фтяных компаний находится в диапазоне низких дебитов скважин на грани рентабельности;

2. структура топливно-энергетического баланса страны нерациональна;
3. отсутствует комплексное энергетическое законодательство;
4. отсутствуют критерии оценки эффективности менеджмента;
5. разбалансированная инфраструктура;
6. наличие значительного технологического разрыва между отечественным ТЭК и мировым уровнем;
7. деформированная ценовая политика в ТЭКе на взаимозаменяемые энергоресурсы;
8. дефицит инвестиций в ТЭК;
9. неоправданно высокая энергоёмкость экономики страны;
10. критическая зависимость нефтегазового сектора экономики России от состояния конъюнктуры мирового энергетического рынка;
11. высокая нагрузка от работы предприятий ТЭК на окружающую природную среду;
12. рост фонда бездействующих скважин. По состоянию на начало 2013 года он превысил 25% эксплуатационного фонда, что приводит к разбалансированию систем разработки месторождений, выборочной отработке запасов нефти, а соответственно, безвозвратным потерям части извлекаемых запасов.

Одним из способов достижения целей Энергетической стратегии России на период до 2020 года является развитие малых нефтедобывающих компаний (МНК). Когда мы говорим о нефтегазовом секторе, то, как правило, имеем в виду крупные вертикально-интегрированные компании или вообще ТНК. Однако анализ мировой и отечественной практики показывает, что МНК могут играть не менее значимую роль. Участие МНК в нефтяном бизнесе наиболее уместно на начальных и заключительных этапах освоения месторождений. Это связано с тем, что на ранних этапах МНК берут на себя геологоразведку и освоение небольших месторождений, которые не представляют интерес для крупных компаний. По мере же увеличения числа месторождений, уменьшения размеров их запасов, усложнения условий добычи у крупных компаний исчезает крайне важное преимущество крупных интегрированных компаний – значительная экономия за счет эффекта масштаба, которая становится меньше по сравнению с возрастанием издержек координации таких месторождений в рамках интегрированной структуры. В мировой практике это приводит к передаче (продаже, переуступке) месторождения с худшими характеристиками от интегрированных компаний более мелким. На основе таких активов создается новая самостоятельная добывающая компания или их приобретает ранее созданная компания [3].

В чем же состоит основное отличие организации производства в МНК и в интегрированных компаниях? Оно состоит в том, что МНК, как правило, работают на изолированных, локальных объектах и их сырьевой базой служат мелкие и средние месторождения, часто расположенные в труднодоступных районах со слаборазвитой производственной и социальной инфраструктурой. Большинство имеющихся здесь запасов относятся к трудноизвлекаемым, а остальные являются запасами уже истощенных месторождений, оставленных крупными компаниями [1].

Но доминирующее положение в структуре нефтегазового сектора России сегодня занимают крупные вертикально-интегрированные нефтяные компании. Роль малого бизнеса остается незначительной, особенно это заметно при сопоставлении с масштабами отрасли и при учете зависимости малых компаний от интегрированных. Такое положение не соот-

ветствует принципу стадийности освоения нефтегазовых провинций, успешно апробированному во многих нефтегазодобывающих странах [2].

Определим проблемы, препятствующие усилению позиций МНК в России.

Во-первых, МНК испытывают серьезные трудности при получении доступа к недрам, так как сложно конкурировать с лидерами в конкурсах и аукционах.

Во-вторых, МНК сталкиваются с дискриминацией в доступе к производственной и экспортной инфраструктурам, внутрипромысловых и магистральным трубопроводам, мощностям по переработке нефти. Они не имеют гарантированных рынков сбытов, а внутри страны могут поставлять свою продукцию только на НПЗ, которые, как правило, входят в состав вертикально-интегрированных компаний.

В-третьих, МНК испытывают сложности в привлечении инвестиций, в том числе долгосрочных кредитов.

В-четвертых, неразвитость законодательства в сфере нефтегазодобычи приводит к тому, что нет критериев, отражающих особенности малого бизнеса в недропользовании, и к усложнению взаимодействия МНК и интегрированных компаний при передаче прав на разработку месторождения, а также при совместной добыче.

В-пятых, наблюдается отсутствие целенаправленной государственной поддержки малого и среднего бизнеса в нефтегазовой отрасли, в том числе и в сфере инноваций.

Но даже в этих условиях есть положительная практика работы МНК, и здесь интересен опыт Татарстана, который является одним из старейших нефтедобывающих регионов страны, сырьевая база которого характеризуется высокой степенью зрелости и значительной выработанностью.

Процесс формирования и развития МНК в Татарстане можно разделить на два этапа. С конца 1980-х до 1997 года длился первый этап, второй этап продолжается по настоящее время. В рамках первого этапа МНК создавались с участием ОАО «Татнефть» и зарубежных инвесторов. Целью создания МНК являлось повышение нефтеотдачи от старых месторождений и решения ряда экологических проблем. Также задачей МНК были и остаются апробация и применение новых технологий.

Второй этап создания МНК инициировало правительство республики в связи с тем, что в Татарстане сложилось понимание того, что ОАО «Татнефть» не заинтересовано в разработке малых месторождений. В феврале 1997 года президент Татарстана подписал указ «О мерах по увеличению нефтедобычи в Татарстане», давший старт новому этапу создания малых компаний в республике. В 1997–1998 годах МНК на конкурсной основе было передано 61 нефтяное месторождение, в основном эти объекты представляли собой трудноизвлекаемые запасы, открытые в 1960–1970-х годах и не востребуемые в силу низкой рентабельности крупным бизнесом. Подобных решений не принималось в других нефтегазовых регионах России [5].

Согласно вышеозначенному указу было образовано ЗАО «Нефтеконсорциум», которое координирует деятельность МНК и занимается решением возникающих у них проблем в органах власти республики на федеральном уровне, во взаимоотношениях с ОАО «Татнефть», ОАО «Транснефть» и ОАО «Генерирующая компания». Например, на уровне правительства Татарстана ЗАО «Нефтеконсорциум» работает по вопросам предоставления земельных участков, регистрации имущества, предоставления мощностей электросетей. Оно представляет интересы малого бизнеса в работе с федеральными ведомствами. Следует отметить, что подобных структур в других нефтегазовых регионах России не создавалось, что еще раз свидетельствует об особом пути развития нефтяной отрасли в Татарстане.

На 2013 год на территории Татарстана функционировало 36 из 150 МНК России. Эффективность деятельности МНК в республике подтверждается тем, что эти МНК извлекают около 20% от общей добычи нефти в Татарстане, что в 5 раз больше доли всех МНК в России. Также стоит отметить, что МНК являются крупными налогоплательщиками в масштабе республики, обеспечивая около 4% собственных доходов консолидированного бюджета республики, что составило более 5,4 миллиарда рублей. В 2011 году добыча нефти МНК превысила 6,5 млн тонн, эксплуатационное бурение составило 240 тысяч метров, поисково-разведочное бурение – 30 тысяч метров. Также МНК вносят заметный вклад в социально-экономическое развитие районов, на территории которых ведут добычу.

Но не только республика заинтересована в развитии МНК на своей территории. Для ОАО «Татнефть» также объективно привлекательно существование и развитие малых нефтедобывающих компаний, так как:

– МНК могут рассматриваться как полигон для отработки новых технологий, наиболее успешные из которых с учетом наработанного опыта будут эффективно применены на крупных объектах;

– разработка и реализация новых технологий является сферой с высоким риском, а деятельность МНК способствует распределению рисков, связанных с созданием и применением инновационных технологий;

– МНК способствует повышению загрузки сервисных мощностей ОАО «Татнефть»;

– наличие МНК позволяет не отвлекать управленческий персонал ОАО «Татнефть» на решение относительно мелких задач по освоению небольших объектов;

– МНК удобны для проведения налоговых, организационных, технических экспериментов.

Все это подтверждает необходимость развития МНК в рамках России в целом. При этом в качестве целей инновационного развития МНК можно определить следующие:

1) повышение технической и технологической культуры производства на всех стадиях и этапах добычи;

2) использование широкого комплекса разработанных к настоящему времени методов увеличения нефтеотдачи;

3) применение новых технических решений и новых технологий освоения разработки месторождений;

4) формирование комплексов научно-технических решений, обеспечивающих саму возможность вовлечения в народнохозяйственный оборот запасов нефтяных месторождений с трудноизвлекаемыми запасами;

5) ориентация инновационной деятельности на всемерную интенсификацию производственных процессов во всех звеньях технологической цепочки;

6) повышение обоснованности принимаемых и реализуемых решений (как с экономической точки зрения, так и с учетом технологических параметров);

7) использование комплексного подхода к решению ключевых проблем и приоритета роста конкурентоспособности и устойчивости.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вафин Р. Малая нефтянка нуждается в поддержке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rusoil/opinions/o22.12.06_19.html.
2. Крюков В., Севастьянова А., Токарев А., Шмат В. Эволюционный подход к формированию системы государственного регулирования нефтегазового сектора экономики. – Новосибирск : ИЭОПП СО РАН, 2002. – 168 с.
3. Крюков В. А., Земцов Р. Г., Токарев А. Н. Создание условий для малых инновационно-ориентированных компаний – приоритетная задача регулирования нефтегазового сектора на региональном уровне // Регион: экономика и социология. – 2004. – № 4. – С. 52–67.
4. Павлова А. В., Абдуллина С. Н. Британская термальна́я единица (BTU) или идея цены на природный газ // Региональная инновационная экономика: сущность, элементы, проблемы формирования : материалы II всерос. науч.-практ. конф. – Ульяновск, 2010. – С. 48–53.
5. Токарев А. Н. Возможности развития малых и средних нефтяных компаний в России // Экономика. – 2012. – № 3. – С. 21–27.
6. Энергетическая стратегия России на период до 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cpnt.ru/userfiles/_files_normativ_energосafe_energосstrategy.

Вьюков Михаил Геннадьевич, аспирант, ЧОУ ВПО «Институт экономики, управления и права»: Россия, 420111, г. Казань, ул. Московская, 42.

Павлова Аделия Вадимовна, д-р экон. наук, профессор, ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

Тел.: (843) 233-71-09

E-mail: 930895@list.ru

ON THE ROLE OF SMALL OIL MINING COMPANIES IN THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF PETROLEUM INDUSTRY IN RUSSIA

Vyukov Mikhail Gennadievich, postgraduate student, Institute of economics, management and law. Russia.

Pavlova Adelia Vadimovna, Dr. of Econ. Sci., Prof., Kazan (Volga) federal university. Russia.

Keywords: small oil mining companies, innovations in oil mining.

The article examines the problems of the formation and development of small oil mining companies (SOMC) in Russia. The authors pay attention to determining the problems of SOMC development and the analysis of SOMC operation experience on the territory of the Republic of Tatarstan, as well as defining the promising trends of the development of modern SOMC in Russia.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРА

И. Т. НАСРЕТДИНОВ

*Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации
«Российский университет кооперации»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. В статье изложена методология экономической теории инновации кооперативного сектора экономики. В работе подробно рассмотрены принципы и приемы исследования инновационной экономики кооперативного сектора. Исследование основано на анализе категорий, факторов, расчета интегрального индекса эффективности инновационного развития системы потребительской кооперации.

Ключевые слова: экономическая теория, инновации, потребительская кооперация

Исследование современного кооперативного сектора экономики подтверждает наличие характерной для системы потребительской кооперации с развитым рынком тенденции интеграции предприятий системы потребительской кооперации, в которой каналы информации предельно открыты, достигается взаимопонимание целей и механизмов их функционирования, обеспечивается максимально возможная динамика в принятии и коррекции решений. Происходит перепроектирование действующих управленческих механизмов, в первую очередь, на основе реализации принципа сбалансированности в управлении; формирование инновационной экономики в системе потребительской кооперации или вхождение предприятий потребительской кооперации в инновационную среду муниципальных образований.

Сложность конкретного экономического строя системы потребительской кооперации, многообразие образующих его социально-экономических элементов определяют и существенный специальный методологический прием экономического анализа, заключающийся в необходимости исследования экономических отношений системы потребительской кооперации в целом, исходить из господствующей роли инновационных отношений производства и обращения, которые на данной ступени развития кооперативного сектора экономики определяют его тип, качество. Это зна-

чит, что характер движения системы потребительской кооперации, ее функционирование и развитие необходимо исследовать как определяемые экономическими законами инновационной экономики, выражающими отношения инновационного производства, целиком базирующимся на трансформации структуры кооперативной собственности. Данный методологический принцип, выражая реальную объективную взаимосвязь системы потребительской кооперации с инновационной экономикой, вносит монизм в их анализ, открывает основное направление исследований, показывает дорогу реального абстрагирования и объективно обусловленного процесса конкретизации исследования архитектуры инновационного пространства кооперативного сектора экономики, определение его места в разделении труда, механизмах научно-инновационной кооперации. Среди первостепенных направлений исследования можно назвать:

- возможности формирования зонных полюсов инновационного развития конкурентоспособности системы потребительской кооперации и ее региональной значимости;
- непосредственное позиционирование системы потребительской кооперации в структуре экономических зон в качестве самостоятельных субъектов инновационной деятельности;
- организация системы потребительской кооперации в сетевой структуре, построенной

на горизонтальных (неиерархических) связях и принципе коллаборации, под которым понимается такой механизм взаимодействия, когда участники кооперации постоянно обмениваются знаниями, взаимно используют свои активы и координируют свои решения. В литературе этот механизм именуется «координацией связей без иерархии».

Необходимость перевода системы потребительской кооперации на инновационный тип развития актуализирует потребность в методике оценки эффективности инновационного развития кооперативного сектора экономики, включающей анализ инновационного потенциала и инновационной результативности, в котором выделены ключевые векторы: лидерская готовность, выраженная через субъективность; восприимчивость, заинтересованных пайщиков (восприятие); операционная готовность (концептуальность); готовность вносить изменения и улучшения (инновационные знания); стратегическая готовность системы потребительской кооперации, выраженная в виде целеполагания.

Представляется, что активным методологическим инструментом анализа формирования инновационного пространства кооперативного сектора экономики является концепция, которая включает оценку эффективности экономической политики (инфраструктурной, социальной, институциональной), деловой активности и инновационной деятельности.

Для целей исследования предлагается осуществлять расчет интегрального индекса эффективности инновационного развития системы потребительской кооперации с помощью частных индексов по каждому из факторов – субъектов инновационной деятельности в разрезе муниципальных образований и экономических зон [1, с. 31–32]. Он свяжет показатели проблемности кооперативного сектора экономики на определенной территории и скорость по изменениям за определенный период, раскроет механизм коллаборации.

$$K_{\text{эфт}} = \sum K_f^t, \quad (1)$$

где $K_{\text{эфт}}$ – интегральный показатель эффективности инновационного развития системы потребительской кооперации в определенном регионе; K_f^t – индекс устойчивости i -ого муниципального образования, в состав которого

входит система потребительской кооперации в разрезе фактора f в году t ;

$$K_f^t = \sum K_{ij}^t, \quad (2)$$

где K_f^t – частный индекс j -ого показателя фактора f в году t .

При этом расчет частных индексов производится по формуле:

$$K_{ij}^t = \frac{(K_{ij}^t - \min_{i=1, \dots, 45} K_{ij}^t)}{(\max_{i=1, \dots, 45} K_{ij}^t - \min_{i=1, \dots, 45} K_{ij}^t)}, \quad (3)$$

где K_{ij}^t – индекс j -ого показателя в i -м муниципальном образовании ($i \in [1; M]$, где M – число рассматриваемых муниципальных образований) в году t ; K_{ij}^t – значение j -ого показателя для i -ого муниципального образования.

Анализ тройной спирали можно провести с помощью факторных показателей (табл. 1) [2, с. 32].

Степень эффективности инновационного развития оценивается по следующей шкале значений факторных индексов:

- более 5,000 – высокая эффективность;
- 2,500 – 5,000 – средняя эффективность;
- менее 2,500 – низкая эффективность.

Рассмотрим значение факторных индексов в разрезе экономических зон и муниципальных образований, в составе которых функционирует система потребительской кооперации [3, с. 33].

В результате анализа были выделены факторные индексы эффективности инновационного развития в разрезе экономических зон и муниципальных образований Республики Татарстан. Установлено, что эффективность инновационной деятельности в сформированных экономических зонах остается низкой. Приведенный расчет интегрального индекса эффективности инновационного развития показывает, что инновационная экономика в регионе является экономикой меняющегося разнообразия и для достижения эффекта зарождения нового необходимо объединение знаний минимум трех игроков (триада взаимодействия). Как отметил Л. Лейдерсдорф, в ходе взаимодействия происходит селекция той или иной конфигурации соединения ресурсов и того или иного вектора движения, что снижает уровень неопределенности. Благодаря механизму тройной спирали в региональ-

Таблица 1 – Факторные показатели для анализа эффективности инновационного развития экономической системы Республики Татарстан*

№ п/п	Наименование частного индекса	Ед. изм.
<i>«Государство»</i>		
1.	Уровень жизни (денежные доходы на душу населения к минимальному потребительскому бюджету на члена типовой семьи, рассчитанному в целом по РТ в среднем за месяц)	раз
2.	Обеспеченность детей 1-6 лет местами в детских дошкольных учреждениях	мест на 1000 детей
3.	Обеспеченность населения больничными койками	коек на 10000 чел. населения
4.	Расходы бюджета муниципального образования по статье «национальная экономика»	тыс. рублей
5.	Объем инвестиций в основной капитал на душу населения	тыс. рублей
6.	Густота автомобильных дорог с твердым покрытием общего пользования в расчете на 1 кв.км территории на конец года	км
7.	Обеспеченность общей площадью жилья на одного жителя	кв. м
<i>«Бизнес»</i>		
8.	Объем добавленной стоимости предприятий на душу населения	тыс. рублей
9.	Доля экономически-активных субъектов малого предпринимательства в общем количестве субъектов малого предпринимательства (без индивидуальных предпринимателей, включая микропредприятия и коммерческие организации неопределенного типа)	%
10.	Удельный вес предприятий и организаций, получивших прибыль, в общем количестве предприятий и организаций	%
11.	Среднемесячная заработная плата работников крупных и средних предприятий	рублей
12.	Удельный вес работающих на крупных и средних предприятиях в численности занятых в экономике	%
13.	Стоимость основных фондов на душу населения (с учетом переоценки)	тыс. рублей
14.	Экспорт товаров предприятиями и организациями	тыс. долларов США
<i>«Наука»</i>		
15.	Удельный вес организаций, занимавшихся инновационной деятельностью, в общем числе обследованных организаций	%
16.	Доля отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженных товаров собственного производства	%
17.	Общие затраты на инновации	млн рублей
18.	Затраты на технологические (продуктовые и процессные) инновации	млн рублей
19.	Внутренние затраты на научные исследования и разработки	млн рублей
20.	Объем инновационных товаров, работ, услуг (предприятий промышленности), вновь внедренных или подвергшихся значительным технологическим изменениям в течение последних трех лет	млн рублей
21.	Объем инновационных товаров, работ, услуг (предприятий промышленности), подвергавшихся усовершенствованию в течение последних трех лет	млн рублей

* Источник: авторская разработка на базе подходов теории тройной спирали.

ной экономике образуется инновационная среда, а ее рост становится инновационно-ориентированным для системы потребительской кооперации. Развивающаяся система потребительской кооперации, исходя из концепции обучающейся экономики Б. А. Люндваля, индустриального уклада. Для этой задачи ей необходим трансфер

технологий, знаний и передовой социальной культуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мокичев С. В. Методология экономического исследования. – Казань : Казанский государственный университет, 2009. – 244 с.

-
-
2. Блауг М. Методология экономической науки, или как экономисты объясняют. – М., 2004.
 3. Насретдинов И. Т. Конкурентный потенциал потребительской кооперации и его реализация в современной системе. – Казань : Казанский государственный университет, 2011. – С. 39.

Насретдинов Ильдар Талифович, д-р экон. наук, профессор, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (843) 272-80-91

E-mail: ivaleeva@rucoop.ru

THEORETIC ASPECTS OF THE INNOVATIVE ECONOMY OF COOPERATIVE SECTOR

Nasretdinov Ildar Talifovich, Dr. of Econ. Sci., Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”). Russia.

Keywords: *economic theory, innovations, consumer cooperation.*

The article presents the methodology of the economic theory of innovation in the corporate sector of economy. It studies in detail the principles and approaches of studying the innovative economy of cooperative sector. The study is based on analyzing the categories, factors, calculation of the integral index of the efficiency of consumer cooperation system development.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

*Р. Х. САУБАНОВ, К. Р. САУБАНОВ**

*Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации
«Российский университет кооперации»,*

**ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Данная статья посвящена анализу конкурентоспособности строительной отрасли Республики Татарстан, дана оценка конкурентоспособности строительной отрасли регионов Приволжского Федерального округа.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность региона, конкурентоспособность строительной отрасли Республики Татарстан.

Строительный сектор экономики Республики Татарстан обеспечивает формирование 9,7% ВРП (2011 г.) и 10,6% рабочих мест (2012 г.).

В таблице 1 представлены данные о развитии строительной отрасли Республики Татарстан в 2013 году.

Как видно из представленной таблицы в 2013 году в Республике Татарстан было выполнено строительных работ на общую сумму 297,2 млрд рублей, что составило 100,1% от уровня 2012 года. Таким образом, можно констатировать, что в данный период произошло замедление темпов экономического роста в строительном комплексе региона.

Проведем сравнительную оценку конкурентоспособности строительного сектора Республики Татарстан в Приволжском феде-

ральном округе (ПФО) по следующим показателям:

1. Финансы (удельный вес убыточных предприятий в строительстве, %; инвестиционная активность (доля инвестиций в объеме продукции), %).

2. Производство (Производительность труда, тыс. руб. на 1 работника; фондоотдача, 1 руб. продукции на 1 руб. основных фондов; фондовооруженность, тыс. руб. основных фондов на 1 работника).

3. Условия труда (соотношение оплаты труда в строительстве с величиной прожиточного минимума трудоспособного населения в регионе, %; степень износа основных фондов в региональном строительстве, %; удельный вес работников строительных организаций, чьи условия труда не отвечают гигиеническим нормативам условий труда, %).

Таблица 1 – Объем производства в строительной отрасли Республики Татарстан в 2013 г. (источник: Татарстанстат)

	Январь-декабрь 2013 г.	%, к январю-декабрю 2012 г.	Декабрь 2013 г.	Декабрь 2013 г., %	
				к ноябрю 2013 г.	к декабрю 2012 г.
Объем работ, выполненных организациями всех видов деятельности по виду деятельности «строительство», млн.рублей	297 232,2	100,1	49 943,1	106,4	96,6
в том числе крупные и средние предприятия	100 199,2	87,3	10 473,6	102,9	66,8
Ввод в действие жилья, тыс. кв. м общей площади	2 400,3	100,0	254,9	129,2	70,2

Таблица 2 – Расчеты по блоку «Финансы» строительного комплекса регионов Приволжского федерального округа за 2012 г. (расчеты авторов по данным государственной статистики)

№	Регион	Удельный вес убыточных предприятий в строительстве	Инвестиционная активность в строительстве	Среднее значение индекса показателей по блоку
1	Оренбургская область	0,619	1,000	0,810
2	Самарская область	1,000	0,330	0,665
3	Саратовская область	0,835	0,083	0,459
4	Пензенская область	0,831	0,072	0,452
5	Республика Татарстан	0,674	0,196	0,435
10	Пермский край	0,318	0,321	0,320
14	Ульяновская область	0,000	0,000	0,000

Оценку конкурентоспособности строительного сектора экономики региона мы предлагаем проводить на основе подхода, предложенного в работе Е. А. Николаевой и других [1], в основе которого лежит определение рангов с использованием метода нормированных коэффициентов. Этот метод позволяет свести исходные данные к единому масштабу и исключает влияние различных единиц измерения на конечный результат.

В таблице 2 представлены расчеты по блоку «Финансы», из которых видно, что Республика Татарстан по среднему значению индекса показателей занимает 5-е место в ПФО – 0,435. При этом если показатель доли убыточных предприятий в строительстве региона находится на достаточно низком уровне, то инвестиционная активность в региональном строительном комплексе (в соответствии с предложенным методологическим подходом ее расчета) недостаточная.

В таблице 3 представлены расчеты по блоку «Производство».

Как видно из таблицы 3, Республика Татарстан по среднему значению индекса показателей блока «Производство» занимает 1-е место в ПФО – 0,757. При этом, если по показателю производительности труда и фондово-

руженности строительный сектор Татарстана демонстрирует наиболее сильные позиции в ПФО, то показатель фондоотдачи в сравнении с другими регионами ПФО остается на крайне низком уровне – 0,272.

В таблице 4 представлены расчеты по блоку «Условия труда». Республика Татарстан по среднему значению индекса показателей данного блока занимает 1-е место в ПФО – 0,700. При этом, если по показателям соотношения оплаты труда с величиной прожиточного минимума трудоспособного населения в регионе и степени износа основных фондов строительная отрасль региона лидирует в ПФО, то показатель доли работников строительных организаций, чьи условия труда, не отвечают гигиеническим нормативам, в сравнении с другими регионами ПФО остается крайне неудовлетворительным – 0,099.

Агрегируя все три блока (финансы, производство, условия труда) путем определения их среднего значения, составим рейтинг конкурентоспособности строительного комплекса регионов ПФО на основе авторской методики (табл. 5).

Проведенные расчеты показали, что конкурентный статус строительной отрасли

Таблица 3 – Расчеты по блоку «Производство» строительного комплекса регионов Приволжского федерального округа за 2012 г. (расчеты авторов по данным государственной статистики)

№	Регион	Производительность труда	Фондоотдача	Фондовооруженность	Среднее значение индекса показателей по блоку
1	Республика Татарстан	1,000	0,272	1,000	0,757
2	Самарская область	0,458	0,510	0,377	0,448
3	Ульяновская область	0,270	0,966	0,093	0,443
10	Нижегородская область	0,261	0,461	0,272	0,331
14	Чувашская Республика	0,000	0,199	0,212	0,137

Таблица 4 – Расчеты по блоку «Условия труда» строительного комплекса регионов Приволжского федерального округа за 2012 г. (расчеты авторов по данным государственной статистики)

№	Регион	Соотношение оплаты труда в строительстве с величиной прожиточного минимума трудоспособного населения в регионе	Степень износа основных фондов в региональном строительстве	Удельный вес работников строительных организаций, чьи условия труда не отвечают гигиеническим нормативам условий	Среднее значение индекса показателей по блоку
1	Республика Татарстан	1,000	1,000	0,099	0,700
2	Пензенская область	0,669	0,247	1,000	0,639
3	Чувашская Республика	0,444	0,873	0,450	0,589
10	Саратовская область	0,390	0,625	0,199	0,405
14	Ульяновская область	0,148	0,531	0,000	0,226

Таблица 5 – Рейтинг конкурентоспособности строительного комплекса регионов ПФО по данным за 2012 г. (расчеты авторов по данным государственной статистики)

№	Регион	Блок «Финансы»	Блок «Производство»	Блок «Условия труда»	Среднее значение индексов всех блоков
1	Республика Татарстан	0,435	0,757	0,700	0,631
2	Самарская область	0,665	0,448	0,570	0,561
3	Оренбургская область	0,810	0,172	0,550	0,511
4	Пензенская область	0,452	0,363	0,639	0,485
5	Республика Башкортостан	0,340	0,408	0,537	0,428
6	Республика Мордовия	0,388	0,428	0,447	0,421
7	Саратовская область	0,459	0,234	0,405	0,366
8	Кировская область	0,408	0,344	0,264	0,339
9	Республика Марий Эл	0,084	0,371	0,515	0,323
10	Нижегородская область	0,100	0,331	0,525	0,319
11	Пермский край	0,320	0,338	0,293	0,317
12	Чувашская Республика	0,178	0,137	0,589	0,301
13	Удмуртская Республика	0,386	0,152	0,282	0,273
14	Ульяновская область	0,000	0,443	0,226	0,223

Республики Татарстан в 2012 г. был самым высоким в Приволжском федеральном округе. Среднее значение индексов всех блоков составило 0,631.

Исходя из результатов проведенного исследования, можно сделать следующие выводы: расчеты, проведенные по авторской методике, показали, что конкурентоспособность строительного комплекса Республики Татарстан в 2012 г. является самой высокой среди других регионов Приволжского федерального округа. Сильными сторонами строительного сектора экономики региона являются: низкая доля убыточных предприятий (20,9% – 2012 г.) высокие показатели производительности труда (1490,7 тыс. руб. на 1 работника – 2012 г.) и фондовооруженности (400,8 тыс. руб. на 1 работника – 2012 г.), высокий уровень средней заработной платы в срав-

нении с прожиточным минимумом (486,4% – 2012 г.), относительно низкая степень износа основных фондов (37,5%).

Несмотря на общую конкурентоспособность строительной комплекса Татарстана в ПФО, у региона имеются слабые стороны: недостаточная инвестиционная активность в сравнении с масштабами строительного сектора (1,86% инвестиций в объеме строительных работ – 2012 г.), низкая фондоотдача в региональном строительстве (3,7 руб. валового объема работ на 1 руб. основных фондов), большая доля работников строительных организаций, чьи условия труда не отвечают гигиеническим нормативам условий (27,3% – 2012 г.).

Таким образом, первичные исследования показали, что региональным органам власти в процессе управления конкурентоспо-

способностью строительного комплекса региона необходимо обратить внимание на ряд вопросов, связанных с эффективностью и деловой активностью в производстве, а также на условия труда работников отрасли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Николаева Е. А., Ванчикова Е. Н., Мещеряков С. А. Формирование и оценка конкурентоспособности муниципальных образований региона. – Улан-Удэ : ВСГТУ, 2006.
2. Саубанов К. Р., Саубанов Р. Х. Оценка конкурентоспособности сельского хозяйства Республики Татарстан : монография. – Казань : Изд-во ТГГПУ, 2008. – 164 с.

3. Саубанов К. Р., Саубанов Р. Х. Конкурентоспособность промышленности Республики Татарстан: региональный аспект : монография. – Казань : Изд-во ТГГПУ, 2010. – 246 с.

Саубанов Рашиит Хасанович, канд. экон. наук, доцент, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Саубанов Кабир Рашитович, канд. экон. наук, доцент, ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, Россия, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

Тел.: (843) 233-71-09

E-mail: rashit_s@mail.ru

ASSESSMENT OF THE COMPETITIVE ABILITY OF CONSTRUCTION INDUSTRY IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Saubanov Rashit Khasanovich, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation"). Russia.

Saubanov Kabir Rashitovich, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan (Volga) federal university. Russia.

Keywords: *competition, competitive ability of a region, competitive ability of construction industry in the Republic of Tatarstan.*

The article is devoted to analyzing the competitive ability of construction industry in the Republic of Tatarstan. It assesses the competitive ability of construction industry in the regions of Volga federal district.

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД К РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИЙ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ: КОГНИТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Е. В. ЖЕРТОВСКАЯ, Н. Д. ПАНКРАТОВА, М. В. ЯКИМЕНКО
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»,
г. Ростов-на-Дону*

**Институт прикладного системного анализа Национального технического университета
Украины «Киевский политехнический институт»,
г. Киев, Украина*

Аннотация. Статья посвящена основным аспектам применения междисциплинарного подхода к разработке стратегии инновационного развития региона на основе использования когнитивных технологий. Представлен ряд результатов, полученных в рамках проведенного сценарного моделирования, которые могут служить основой для разработки стратегий инновационного развития регионов.

Ключевые слова: междисциплинарный подход, когнитивный подход, когнитивный анализ и когнитивные технологии, имитационное моделирование инновационного развития региона, сценарии регионального развития.

В настоящее время основу перспективных направлений развития регионов как социально-экономических систем, темпы роста и структурные изменения в них составляют инновации, которые, в свою очередь, порождают новые потребности, источники, формы и механизмы их экономической реализации. С другой стороны, все в большей мере усиливаются взаимосвязанность и взаимозависимость регионов как в масштабе России, так и стран ближнего и дальнего зарубежья, что также определяет необходимость трансформации экономических отношений региона.

Эти условия актуализируют востребованность развития методологии проектирования стратегий инновационного развития регионов как сложных систем, адекватных новым требованиям интеграционных процессов в пространстве страны и глобальной системе социально-экономических и политических отношений, через междисциплинарный подход, который может быть реализован как синтез методологии когнитивного подхода, системной динамики и анализа статистических данных, методов работы с экспертами в конкретной предметной области.

Использование предлагаемого междисциплинарного подхода для исследования свойств сложной системы «Регион», генерирования и оценки сценариев инновационного развития такой системы является чрезвычайно важной задачей, поскольку большинство существующих подходов к ее решению основывается на бессистемном улучшении отдельных показателей без видения ситуации в целом со всеми скрытыми связями между элементами системы.

Инновационное развитие сложной системы «Регион» невозможно представить только в виде традиционных формальных количественных моделей. Это вызвано тем, что данная система характеризуется огромным количеством разнородных по своей экономической природе элементов и взаимосвязей между ними, наличием неопределенности и риска. Неопределенность принятия решений, направленных на инновационное развитие региона, обусловлена также недостаточной надежностью и количеством информации на региональном и муниципальном уровнях, например, статистической, на основании которой осуществляется выбор решения. При этом большинство проблем экономического, поли-

тического, экологического и т. п. характера в сложных системах относится к классу слабо-структурированных.

В настоящее время когнитивное моделирование [1–4], обеспечивающее познаватель-но-целевую (когнитивную) структуризацию знаний об исследуемом объекте и внешней для него среды, решение слабоструктуриро-ванных проблем в области инновационного развития регионов в новых условиях является действенным инструментом в исследова-нии сложных систем. Современная специфика когнитологии, связанная с компьютерными технологиями и сетями телекоммуникаций, основывается на когнитивном подходе, включающем когнитивный анализ и разрабатывае-мые на его основе когнитивные технологии – современные информационные технологии системного анализа [5].

Следовательно, когнитивное моделиро-вание может быть предложено для подготовки управленческих решений в области иннова-ционного развития системы «Регион». В этом случае основные этапы алгоритма проведения когнитивного моделирования с целью исследо-вания и разрешения слабоструктурирован-ных проблем в области управления иннова-ционным развитием региона можно представить следующим образом:

1) анализ сложной ситуации в области инновационного развития региона с учетом тенденций интеграционных и глобализацион-ных процессов, фактора локализации;

2) построение когнитивной карты про-блемной ситуации (когнитивной карты взаи-модействия региона с внешней средой);

3) построение имитационной когнитив-ной модели «Регион» открытого типа в виде функционального графа (и матрицы взаимос-вязей – матрицы смежности);

4) когнитивный анализ и имитационное когнитивное моделирование, позволяющие разрабатывать и моделировать возможные сценарии развития;

5) проектирование, оптимизация стра-тегий инновационного развития регионов – субъектов РФ в условиях рыночной трансфор-мации.

В рамках реализации представленного алгоритма была разработана имитационная когнитивная модель региона и система фак-торов, отражающих глобализационные и ин-теграционные процессы. Процесс формирова-

ния и реализации имитационной когнитивной модели региона как сложной системы осно-вывался на теоретических и статистических данных, экспертных оценках, методе наблю-дения.

Для решения поставленных задач про-гнозирования и разработки эффективных управленческих решений в области иннова-ционного развития региона были использованы результаты вычислительного эксперимента на иерархии динамических когнитивных моде-лей, обусловленных совокупностью построен-ных когнитивных карт, фиксирующих систему прямых и обратных взаимосвязей между раз-личными элементами региональной системы. За основу укрупненной когнитивной карты взята схема регионального экономического механизма академика Гранберга, которая может быть адаптирована под условия конкрет-ных регионов. При этом одним из основных параметров выбрано качество жизни населе-ния в регионе как важнейший **целевой** ориен-тир в региональной экономике.

Особое внимание было обращено на по-лученные «пессимистичные» сценарии регио-нального развития на примере субъектов РФ, для ряда из которых прогнозируются следую-щие варианты [6]:

– увеличение объема международного экспорта, снижение объема межрегионально-го вывоза продукции, рост потребления, сни-жение производства и оплаты труда для неква-лифицированного труда;

– увеличение объема международного экспорта, снижение объема межрегионально-го вывоза продукции, снижение потребления и производства, рост оплаты труда;

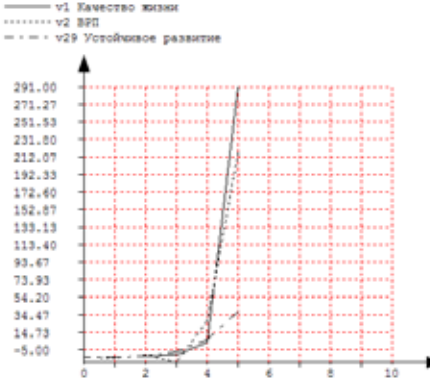
– увеличение объема международного экспорта, снижение объема межрегионально-го вывоза продукции, падение производства, потребления и оплаты труда;

– увеличение межрегионального вывоза, снижение международного экспорта и произ-водства, рост потребления и оплаты труда;

– уменьшение объема международного экспорта и увеличение объем импорта, в усло-виях снижения производства снижение потре-бления и оплата труда.

Для каждого из полученных «пессими-стичных» сценариев были рассмотрены аль-тернативные стратегии реализации управ-ленческих воздействий для преодоления прогнозируемых негативных последствий из-

Таблица 1 – Матрица принятия решений (фрагмент результатов сценарного моделирования)

Прогнозируемые изменения	Выбранная сценарная альтернатива	Прогнозы по реализации выбранных стратегий
<p>Увеличение объема международного экспорта, снижение объема межрегионального вывоза продукции, рост потребления, снижение оплаты труда</p>	 <p>Основные управленческие воздействия реализуются через экономическую региональную политику</p>	<p>Выравнивание социально-экономических показателей на 3–4 такте</p>
<p>Увеличение объема международного экспорта, снижение объема межрегионального вывоза продукции, падение потребления, снижение оплаты труда</p>	 <p>Основные управленческие воздействия реализуются через систему государственных регуляторов (федеральный уровень)</p>	<p>Выравнивание социально-экономических показателей на 4–5 такте</p>

учаемого интеграционного процесса и осуществлен выбор наиболее предпочтительной в рамках достижения инновационного развития (табл. 1). При оценке полезности каждой из альтернативных стратегий учитывались скорость происходящих положительных изменений в показателях регионального воспроизводства, экономического и социального эффекта (основными целевыми индикаторами выступили показатели «качество жизни», «экономическая безопасность», «устойчивое развитие»).

Следует отметить, что рассмотренные альтернативные стратегии определяют только основные траектории инновационного развития региона и рекомендуют к использованию предпочтительные варианты «источников» реализации управленческих воздействий. Для разработки эффективных управленческих решений в области инновационного развития региона и получения детализированного ва-

рианта стратегии регионального развития в условиях влияния интеграционных и глобализационных процессов необходимо в рамках моделирования оценить реальное взаимодействие конкретного региона с внешней средой.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научно-исследовательского проекта РФФИ «Синтез методологий предвидения и когнитивного моделирования для разработки стратегии инновационного развития региона» (проект № 14-01-90401).

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамова Н. А., Авдеева З. К. Когнитивный анализ и управление развитием ситуаций: проблемы методологии, теории и практики // Проблемы управления. – 2008. – № 3.
2. Горелова Г. В., Жертовская Е. В., Якименко М. В. Использование когнитивного подхо-

- да к исследованию процесса регионально-го воспроизводства // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2013. – Вып. 3(127). – С. 216–221. – (Серия «Экономика»).
3. Горелова Г. В., Захарова Е. Н., Радченко С. А. Исследование слабоструктурированных проблем социально-экономических систем: когнитивный подход. – Ростов н/Д. : Изд-во Ростовского ун-та. – 2006. – 334 с.
 4. Згуровский М. З., Панкратова Н. Д. Системный анализ: проблемы, методология, приложения. – Киев : Наук. думка. 2011. – 743 с.
 5. Максимов В. И., Корноушенко Е. К., Качаев С. В. Когнитивные технологии для поддержки принятия управленческих решений // Технологии информационного общества 98. – М. : ИПУ РАН. 1999.
 6. Пространственно-временная трансформация воспроизводственного процесса региона: ког-

нитивный подход / под ред. М. В. Якименко, Е. В. Жертовской, Г. В. Гореловой. – Таганрог : Изд-во ЮФУ, 2013. – 212 с.

Жертовская Елена Вячеславовна, канд. экон. наук, доцент, ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»: Россия, 344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 105/42.

Панкратова Наталья Дмитриевна, д-р техн. наук, профессор, зам. директора по научной работе, Институт прикладного системного анализа Национального технического университета Украины «Киевский политехнический институт»: Украина, 03056, г. Киев-56, просп. Победы, 37.

Якименко Марианна Владимировна, канд. экон. наук, доцент, ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»: Россия, 344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 105/42.

Тел.: (904) 343-85-85

E-mail: jertovskayaev@yandex.ru

INTERDISCIPLINARY APPROACH TO DEVELOPING THE STRATEGIES OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF REGIONS: COGNITIVE TECHNOLOGIES

Zhertovskaya Elena Vyacheslavovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Southern federal university. Russia.

Pankratova Natalia Dmitrievna, Dr. of Tech. Sci., Prof., deputy director for research, "Institute of applied systemic analysis, National technical university of Ukraine "KPI". Ukraine.

Yakimenko Mariann Vladimirovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Southern federal university. Russia.

Keywords: *interdisciplinary approach, cognitive approach, cognitive analysis and cognitive technologies, imitational modeling of innovative development of a region, scenarios of regional development.*

The work is dedicated to the main aspects of applying interdisciplinary approach to the development of the strategy of innovative development of a region on the basis of using cognitive technologies. It presents certain results obtained within the framework of scenario modeling, which can serve as the basis for developing the strategies of innovative development of regions.

ПРОГНОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА ОТ РОСТА ОБЪЕМА ФИНАНСИРОВАНИЯ ПОСТАВОК МЕДИЦИНСКОЙ ТЕХНИКИ В МЕДИЦИНСКИЕ УЧРЕЖДЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

С. Д. ВДОВИНА, Е. В. РУНОВА

*Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации
«Российский университет кооперации»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. В статье приводится прогноз экономического эффекта от внедрения медицинского оборудования в лечебные учреждения региона. Обоснован факт того, что современная медицинская техника оказывает медицинский, социальный и экономический эффект, выражающийся, в целом, в улучшении качества жизни населения. Сделан вывод о том, что прогноз по валовому региональному продукту показывает социальную значимость регионального рынка медицинской техники и требует принятия государственных мер регулирования исследуемого рынка.

Ключевые слова: региональный рынок, медицинская техника, рынок медицинской техники, прогноз, экономический эффект.

Сегодня в здравоохранении Республики Татарстан складывается тенденция, выражающаяся в ранней выявляемости заболеваний населения. Огромную роль в этом играет диагностическая служба, которая находится на этапе своего становления и постепенно приводит к увеличению продолжительности жизни населения.

Анализ показал, что одним из факторов, влияющих на динамику заболеваний населения Республики Татарстан, является своевременная поставка медицинской техники в лечебно-профилактические учреждения (ЛПУ) региона. Особенно это проявилось в период роста финансирования медицинских учреждений РТ в 2008-2012 гг.

Так, показатель ожидаемой продолжительности жизни населения в 2012 г. составил 70,8 лет, в т. ч. для мужчин – 65,95 лет, для женщин – 77,53 лет (в 2011 г. – 71,3; 65,38; 77,18 лет соответственно). Отметим, что в демографическом ежегоднике России за 2013 г. приведены статистические данные за 2012 год. То же касается данных о заболеваемости населения в РТ, представленных на сайте министерства здравоохранения РТ. Поэтому далее исследование заявленного вопроса будет рассмотрено за период с 2008 по 2012 гг. с соответствующим прогнозом на 2013–2015 гг.

Исследование показало наличие медицинского эффекта от приобретения большого объема медицинской техники в ЛПУ РТ, который выражается в положительной динамике ряда показателей здоровья населения региона. Вместе с тем, необходимо рассчитать экономический эффект от внедрения медтехники в ЛПУ РТ, исходя из значений показателей уровня заболеваемости населения и валового регионального продукта (ВРП). Очевидно, что со снижением уровня заболеваемости трудоспособного населения в регионе повышается ВРП, улучшается качество жизни жителей республики.

Для определения экономического эффекта от поставки медицинской техники в ЛПУ РТ выделены особенности применения медтехники в учреждениях здравоохранения.

С момента поступления денежных средств на приобретение медицинской техники в лечебные учреждения РТ до его установки и эксплуатации проходит определенное время. Закупка медицинского оборудования может быть произведена как в начале, так и в конце года. Поставка оборудования в клинику осуществляется в сроки, оговоренные контрактом (до шести месяцев).

Эффект от используемой медицинской техники, который выражается в диагностике

заболеваний, длится в течение нескольких лет, для каждого вида оборудования свой срок эксплуатации.

Выявление экономического эффекта от внедрения медицинской техники предполагает следующие этапы:

- анализ динамики значений показателей заболеваемости населения активным туберкулезом и болезнями системы кровообращения, а также показателя выявляемости онкологических заболеваний;

- построение прогноза исследуемых показателей на 2013–2015 гг.;

- расчет экономического эффекта от внедрения современного диагностического оборудования в клиники РТ, который выражается в изменении ВРП за 2008–2012 гг.

В целях решения поставленной задачи выбран метод простых средних величин, который применяется и для построения прогноза. В здравоохранении средние величины характеризуют работу ЛПУ, уровень заболеваемости населения и прочее. В экономике средняя величина может характеризовать ВРП за определенный период времени.

Построение прогноза уровня заболеваемости населения на год заключается в следующем. Определим абсолютный прирост значений прогнозируемого показателя за весь период времени, рассчитываемый как разность двух сравниваемых уровней и выражающий абсолютную скорость роста:

$$\Delta_{yi} = Y_i - Y_{i-k}, \quad (1)$$

где Δ_{yi} – абсолютный прирост; $i = 1, 2, 3, \dots, k$ – номер исследуемого уровня (года); Y_i – уровень сравниваемого периода прогнозируемого ряда.

В исследовании принимаем $k = 1$, тогда абсолютные приросты изменения уровня будут цепными. В этом случае формула 1 выглядит следующим образом:

$$\Delta_{yi} = Y_i - Y_{i-1}, \quad (2)$$

где уровень Y_{i-1} – уровень предшествующего периода прогнозируемого ряда.

Определим средний абсолютный прирост (3), который является обобщающим показателем скорости изменения явления во времени. С помощью этого показателя можно установить, насколько в среднем за единицу

времени должен увеличиваться уровень ряда (в абсолютном выражении), чтобы, отталкиваясь от начального уровня за данное число периодов (в нашем случае, лет), достигнуть конечного уровня. Определяющим свойством данного показателя является общий абсолютный прирост за весь период, который ограничивает ряд динамики.

$$\bar{\Delta Y} = \frac{\sum \Delta_{yi}}{n-1}, \text{ или } \bar{\Delta Y} = \frac{Y_n - Y_1}{n-1}, \quad (3)$$

где $\bar{\Delta Y}$ – средний абсолютный прирост; n – число уровней; Y_n – конечный уровень ряда; Y_1 – начальный уровень ряда.

Построение прогноза значения показателя на следующий год выполняется по следующей формуле:

$$P = \bar{\Delta Y} + Y_n, \quad (4)$$

где P – прогноз значения показателя на будущий год.

В таблице 1 приведены значения показателя выявляемости онкологических заболеваний жителей Республики Татарстан за 2008–2012 гг., рассчитанные по вышеприведенным формулам.

Таблица 1 – Динамика выявляемости онкологических заболеваний среди населения РТ

Число уровней	1	2	3	4	5
Год	2008	2009	2010	2011	2012
Выявляемость онкологических заболеваний, %	12,8	13,1	13,4	15,2	14,2
Абсолютный прирост, %	–	+0,3	+0,3	+1,8	–1,0

Построение прогноза значения показателя выявления онкологических заболеваний на 2013–2015 гг. выявило, что с учетом применения медицинской техники, закупленной в 2008–2012 гг., выявляемость онкологических заболеваний к 2015 году должна составить 15,25%.

В таблице 2 приведены значения показателя уровня заболеваемости активным туберкулезом на 100 тыс. среднегодового постоянного населения Республики Татарстан за 2008–2012 гг. Уровень заболеваемости активным туберкулезом жителей региона снизится

в среднем на 1,9% и к 2015 году должен составить 47,8 случаев на 100 тыс. среднегодового постоянного населения.

Таблица 2 – Динамика заболеваемости активным туберкулезом населения РТ

Число уровней	1	2	3	4	5
Год	2008	2009	2010	2011	2012
Заболевания активным туберкулезом на 100 тыс. среднегод. пост. населения РТ	61,1	58,7	59,0	58,4	53,5
Абсолютный прирост среднегод. пост. населения РТ	–	–2,4	+0,3	–0,6	–4,9

В таблице 3 приведены значения показателя заболеваемости болезнями системы кровообращения на 100 тыс. среднегодового постоянного населения Республики Татарстан за 2008–2012 гг., рассчитан абсолютный прирост этих значений.

Таблица 3 – Динамика заболеваемости болезнями системы кровообращения населения РТ

Число уровней	1	2	3	4	5
Год	2008	2009	2010	2011	2012
Болезни системы кровообращения на 1 тыс. среднегод. пост. населения РТ	46,3	38,4	32,9	31,8	30,8
Абсолютный прирост на 1 тыс. среднегод. пост. населения РТ	–	–7,9	–5,5	–1,1	–1,0

За последние пять лет показатель заболеваемости снижается в среднем на 3,88% (на 1 тыс. среднегодового постоянного населения Республики Татарстан). Согласно прогнозу уровень заболеваемости болезнями системы кровообращения на 1 тыс. среднегодового постоянного населения РТ к 2015 г. в результате внедрения медицинской техники, приобретенной в МКДЦ и специализированные отделения медучреждений РТ в период 2008–2012 гг., составит 19,16 случаев.

Исходя из снижения показателей заболеваемости населения определен экономический эффект от поставленной медицинской

техники в ЛПУ РТ по валовому региональному продукту республики. В таблице 4 приведена динамика валового регионального продукта РТ за 2008–2012 гг., определен средний абсолютный прирост его значений, который за 5 лет составил 31 500,5 руб. на душу населения. Экономический эффект от внедрения медицинской техники в учреждения здравоохранения РТ за 2008–2012 гг. составит в среднем за пять лет 31 500,5 тыс. руб. на 1 тыс. жителей РТ в результате снижения заболеваемости населения болезнями системы кровообращения на 3,88% на 1 тыс. среднегодового постоянного населения и активным туберкулезом на 1,9% на 100 тыс. жителей республики.

Таким образом, используя методику расчета прогноза, приведенную выше, получаем что, валовой региональный продукт на душу населения Республики Татарстан к 2015 г. составит 465 665,8 руб.

Таблица 4 – Динамика валового регионального продукта Республики Татарстан за 2008–2012 гг. на душу населения

Число уровней	1	2	3	4	5
Год	2008	2009	2010	2011	2012
Значение показателя (руб.)	245 162,2	232 681,5	260 000,0	336 078,6	371 164,3
Абсолютный прирост (руб.) на душу населения	–	–12 480,7	27 318,5	76 078,6	35 085,7

Итак, современная медицинская техника, поставляемая в учреждения здравоохранения РТ, оказывает медицинский, социальный и экономический эффект, выражающийся, в целом, в улучшении качества жизни населения. Прогноз экономического эффекта от внедрения медицинского оборудования по валовому региональному продукту показывает социальную значимость регионального рынка медицинской техники и требует принятия государственных мер регулирования исследуемого рынка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вдовина С. Д. Развитие регионального рынка медицинской техники [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Режим доступа: <http://www.referun.com/n/razvitie-regionalnogo-rynka-meditsinskoy-tehniki>.
2. Об итогах деятельности органов и учреждений здравоохранения Республики Татарстан в 2011 году и задачах на 2012 год / Министерство здравоохранения Республики Татарстан. – Казань, 2012. – 130 с.
3. Демографический ежегодник России – 2013 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/B13_16/Main.htm.
4. Медицинская промышленность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minpromtorg.gov.ru/industry/med/9>.
5. Заболеваемость населения в Республике Татарстан. Официальный сайт Министерства здравоохранения РТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minzdrav.tatarstan.ru/rus/info.php?id=506284>.

Вдовина Светлана Дмитриевна, канд. экон. наук, доцент, Казанский кооперативный институт АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Рунова Елена Валерьевна, канд. экон. наук, доцент, Казанский кооперативный институт АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (960) 048-19-85

E-mail: vdovina_kki@mail.ru

FORECAST OF THE ECONOMIC EFFECT OF THE INCREASE IN THE VOLUME OF FINANCING MEDICAL EQUIPMENT SUPPLY TO THE MEDICAL INSTITUTIONS OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Vdovina Svetlana Dmitrievna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan cooperative institute of Tsentrosoyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation". Russia.

Runova Elena Valerievna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan cooperative institute of Tsentrosoyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation". Russia.

Keywords: regional market, medical equipment, medical equipment market, forecast, economic effect.

The article contains the forecast of the economic effect of the introduction of medical equipment into the medical facilities of the region. It substantiates the fact that modern medical equipment has a medical, social and economic effect, all of which are manifested in the general increase of the quality of life of the population. The authors come to the conclusion that the forecast on the basis of gross regional product demonstrates the social importance of the regional market of medical equipment and requires taking state measures on regulating the studied market.

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

*А. Р. ФАТТАХОВА, Г. К. КАРНАЧ**

Елабужский институт (филиал) ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,

г. Елабуга, Республика Татарстан

**Набережночелнинский институт (филиал) ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,*

г. Набережные Челны, Республики Татарстан

Аннотация. В данной статье тезисно представлены направления оптимизации существующей методики оценки деятельности местных органов власти. Акцент сделан на необходимости включения в методику качественных показателей, имеющих количественное выражение. При этом в целях обоснования необходимости включения дополнительных показателей используется методология менеджмента.

Ключевые слова: муниципальный менеджмент, эффективность, социальные потребности, население, удовлетворенность потребностей, управленческие технологии, мотивация.

Эффективность, как правило, принято рассматривать как экономическую категорию, однако при оценке деятельности менеджеров, управляющих социально-экономическими системами, следует оценивать и социальный аспект результативности.

В соответствии с действующим Указом Президента [1] оценка деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов осуществляется по 13 основным показателям и 27 дополнительным. Перечень достаточно исчерпывающий и позволяет выявить тенденции в социально-экономическом развитии конкретной местности. Приведенные показатели являются следствием проводимой политики местными органами власти и служат критерием для принятия решений вышестоящими органами власти о суммах финансовых вливаний из вышестоящих уровней бюджетной системы. В анализируемом документе основной идеей проведения мониторинга является поощрение лучших. Однако, обратившись к методологии менеджмента, очевидно, что мотивация, как способ побуждения к производительной и более продуктивной деятельности, не всегда является оправданной, поскольку возникают ситуации, когда оправдано применение стимулирования, предполагающее воздействие за счет внешних раздражителей. Таким образом,

считаем целесообразным включение в методику не только факта оценки достигнутых показателей социально-экономического развития территории, но и формулирование определенных значений отдельно взятых индикаторов как способа стимулирования.

В методике оценки эффективности деятельности местных органов власти присутствует показатель «Удовлетворенность населения деятельностью органов местного самоуправления», сводная оценка которого формируется по следующим критериям:

1. Удовлетворенность населения организацией транспортного обслуживания.
2. Удовлетворенность населения качеством автомобильных дорог.
3. Удовлетворенность населения жилищно-коммунальными услугами.

Приведенные критерии, безусловно, важны при определении уровня развитости территории, однако, на наш взгляд, недостаточно исчерпывающи для формирования оценки эффективности работы муниципальных органов власти.

В ходе анкетирования [2] населения города Набережные Челны о качестве удовлетворения социальных потребностей одним из вопросов был следующий: «На какие цели необходимо направить ресурсы муниципального бюджета в первую очередь?» Из предложен-

ных вариантов ответов были выбраны:

– на увеличение размеров зарплат, пенсий, пособий – в большинстве случаев (57,3% ответов);

– на улучшение качества медицинской помощи (56,4%);

– на развитие производства и создание новых рабочих мест (42,3%).

Следовательно, перечень оцениваемых параметров должен включать основные проблемы данной территории. Так, например, указанная горожанами проблема отсутствия создания новых рабочих мест, казалось бы, отмечена отдельным индикатором «число субъектов малого и среднего предпринимательства». При рассмотрении отчетных данных по городу Набережные Челны [3] видна положительная динамика, как и в целом по Российской Федерации. Однако 932,8 тыс. индивидуальных предпринимателей (ИП) прекратили свою деятельность в 2013 г., что на 32,9% больше, чем в 2012 г. (702,1 тыс. ИП). Большинство ИП прекращают деятельность на основании собственного решения: в 2013 г. по этой причине прекратили деятельность 914,7 тыс. человек, что на 34% больше, чем в 2012 г. (682,6 тыс. человек) [4].

Основываясь на вышеизложенном, в качестве индикатора развития территории и оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления представляется целесообразным оценивать не только число субъектов малого и среднего предпринимательства, но и их долю, функционирующих более года, трех и более лет.

Ярким индикатором уровня жизни населения является не только величина среднемесячной номинальной начисленной заработной платы, но и структура расходов (своего рода среднестатистическая «потребительская корзина»). Оценка доходов населения с качественной точки зрения, а именно – структуры расходов, в динамике позволит определить уровень качества жизни. В связи с этим считаем целесообразным включить в оцениваемые показатели деятельности органов местного самоуправления не только сведения о начисленной заработной плате, но и структуре расходов населения. При этом следует не забывать и о серьезной дифференциации доходов населения, усугубляющемся делении на «богатых» и «бедных».

При анкетировании задавались вопросы, позволяющие оценить работу муниципальных

менеджеров по трем критериям, обозначенным в указе президента [1].

К числу основных проблем городского маршрутного транспорта жители города отнесли [2]:

1. Плохое техническое состояние транспорта (52% ответов).

2. Практически в равной степени недовольство горожан вызывает изношенность транспорта и высокая стоимость проезда (47%).

3. Недостаточное количество транспортных средств (27% ответов).

Одним из наиболее «красноречивых» свидетельств обеспечения качества жизни населения является состояние дорог в населенном пункте. В общей совокупности опрошенных горожан мнения разделились следующим образом: удовлетворительным состояние дорог признают 49,8%, гораздо меньше – 32,3% опрошенных оценивают состояние дорог как плохое и очень плохое и лишь 14,4% опрошенных респондентов утверждают, что дороги в хорошем и отличном состоянии.

К числу наиболее острых проблем жителей города Набережные Челны были отнесены следующие: на первом месте по степени важности (47,8%) стоит экология, на втором (43%) – алкоголизм и наркомания, а также работа медицинских учреждений (42,6%), на третьем (41,7%) – работа организаций жилищно-коммунального хозяйства.

Официальные данные констатируют, что 83,7% населения удовлетворены деятельностью органов местного самоуправления [3]. По результатам независимого анкетирования, проведенного в 2011 г., жители города Набережные Челны не удовлетворены различными сферами жизни. При этом полученные оценки указывают на необходимость существенной концентрации усилий по отдельным направлениям. Так, например, не менее 30% населения называют различные проблемы в организации транспортного обслуживания, 50% не признают должным качество автомобильных дорог, более чем 40% населения не удовлетворены функционированием системы ЖКХ.

Безусловно, что не все из приведенных проблем могут быть решены в пределах компетенций муниципальных управляющих и требуют участия вышестоящих органов власти. Однако участие в формировании и развитии перспектив территорий через ини-

циативные предложения должно формировать круг полномочий и обязанностей местных органов власти. Поэтому круг вопросов для оценки удовлетворенности населения деятельностью органов местного самоуправления должен быть расширен и по расширенному перечню в динамике следует оценивать их работу. Кроме того, с нашей точки зрения, для отдельных территорий следует определять минимальные пороговые значения показателей социально-экономического развития, обязательные для достижения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов : указ Президента РФ от 28 апреля 2008 г. № 607.
2. Фаттахова А. Р. Оценка финансирования социальных потребностей различными группами респондентов // Вопросы экономики и права. – 2012. – № 10. – С. 131–134.

3. Показатели, индикаторы оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления муниципального образования города Набережные Челны Республики Татарстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nabchelny.ru/company.
4. ФНС: количество ИП в 2013 году резко сократилось [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.vestifinance.ru/articles/38459/.

Фаттахова Альфия Руслановна, канд. экон. наук, доцент, Елабужский институт (филиал) ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 423604 Республика Татарстан, г. Елабуга, ул. Казанская, 89.

Карнач Геннадий Казимирович, канд. экон. наук, доцент, Набережночелнинский институт (филиал) ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 423812, Республика Татарстан, г. Набережные Челны, 68/19.

Тел.: (855-2) 39-59-72

E-mail: ARF-a@yandex.ru

ON THE PROBLEM OF ASSESSING THE EFFICIENCY OF LOCAL AUTHORITIES' ACTIVITY

Fattakhova Alfiya Ruslanovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Elabuga branch of Kazan (Volga) federal university. Russia.

Karnach Gennadiy Kazimirovich, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Naberezhnye Chelny branch of Kazan (Volga) federal university. Russia.

Keywords: municipal management, efficiency, social needs, population, satisfaction of needs, management technologies, motivation.

The article gives a brief overview of the directions for optimizing the existing method of assessing the activity of local authorities. Emphasis is placed on the necessity of supplementing the method with qualitative indicators that are expressed quantitatively. Methodology of management is used to substantiate the necessity of including additional indicators.

К ВОПРОСУ О МЕТОДИКЕ РАЦИОНАЛИЗАЦИИ ОТРАСЛЕВОЙ СТРУКТУРЫ ПРОМЫШЛЕННОСТИ С УЧЕТОМ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА

Р. Р. ПАРФИЛОВА, А. В. ПАВЛОВА

*ЧОУ ВПО «Институт экономики управления и права»,
ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань*

Аннотация. В статье рассматривается авторская методика рационализации отраслевой структуры промышленности региона, учитывающая отраслевые особенности формирования и использования регионального инновационного потенциала.

Ключевые слова: инновационный потенциал региона, отраслевая структура промышленности, рационализация.

Проблема формирования и развития инновационного потенциала в экономике региона тесно связана с вопросом рационализации отраслевой структуры промышленности. Действительно, следует в первую очередь поддерживать именно отрасли, имеющие значительный инновационный потенциал, активно внедряющие в свою производственную и управленческую деятельность передовые НИОКР, наращивающие долю инновационной продукции в валовом выпуске и т. п. При этом, разумеется, инновационные показатели не могут быть единственными критериями совершенствования отраслевой структуры промышленности; следует учитывать и иные значимые социально-экономические и финансовые факторы развития отраслей, такие как рентабельность, ликвидность, финансовая устойчивость, способность предприятий отрасли генерировать заработную плату, обеспечивая тем самым определенное качество жизни населения региона и т. п.

При этом следует отметить, что некоторый универсальный метод учета фактора инновационного потенциала при рационализации отраслевой структуры промышленности отсутствует, хотя определенные исследования в данной области имеются. Так, например, Т. Ф. Палей, исследуя отраслевую структуру промышленности Республики Татарстан середины 1990-х гг., обосновывает вывод о том,

что отрасли, обладающие достаточно существенным инновационным потенциалом, характеризуются недостаточными темпами экономического развития [4].

Традиционно для исследования межотраслевых связей и пропорций используется метод построения межотраслевого баланса, основы которого были заложены В. В. Леонтьевым. Однако в рамках классических моделей межотраслевого баланса отдельно не выделяются потоки инновационной продукции или технологий между различными отраслями экономики. Кроме того, задача оптимизации межотраслевого баланса до сих пор окончательно не решена.

Для рационализации отраслевой структуры промышленности может быть использован и метод многокритериальной оптимизации, который основывается на экономико-математическом инструментарии линейной алгебры. Так, в 1980-х гг. существенный вклад в развитие экономических приложений теории многокритериальной оптимизации внес д-р физ.-мат. наук, проф. Б. А. Березовский [1]. Однако в рамках данного метода не всегда можно получить единственное оптимальное решение при заданной системе ограничений, характеризующих параметры развития отраслей региональной экономики.

Авторами предлагается методика рационализации отраслевой структуры промышленности

региона, учитывающая отраслевые особенности формирования и использования регионального инновационного потенциала. Предлагаемая методика включает следующие этапы:

1. Выделение наиболее значимых с точки зрения перспектив отраслевого развития показателей, между которыми к тому же должна отсутствовать выраженная автокорреляция. Предлагается использовать следующие наиболее значимые показатели, на основании которых может осуществляться рационализация отраслевой структуры экономики:

- рентабельность продукции отрасли (R);
- коэффициент текущей ликвидности (TL);
- коэффициент финансовой независимости (автономии) (A);
- средняя заработная плата в отрасли (ZP);
- доля инновационной продукции в отраслевом выпуске (IP);
- отношение инвестиций в инновации к общему объему инвестиционных расходов предприятий отрасли (II).

Тем самым выделены показатели, характеризующие различные значимые аспекты функционирования отраслей промышленности: рентабельность является одним из наиболее общих показателей эффективности отраслевого развития; коэффициент текущей ликвидности – уровень платежеспособности предприятий отрасли; коэффициент автономии – уровень их финансовой устойчивости; средняя заработная плата – социальные пропорции развития отрасли, материальный фактор стимулирования персонала предприятий отрасли к производительному труду. Последние два из выделенных показателей являются наиболее общими характеристиками реализации и формирования инновационного потенциала предприятий отрасли соответственно.

2. Экспертная оценка значимости выделенных показателей с точки зрения их влияния на перспективы развития отраслей промышленности экономики региона. Такого рода экспертная оценка необходима, поскольку различные показатели могут иметь различное влияние на темпы развития отраслей промышленности в будущем; так, например, очевидно, что при всей важности платежеспособности как фактора развития предприятий отрасли

показатель коэффициента текущей ликвидности, с точки зрения долгосрочных перспектив развития, все же имеет меньшее значение по сравнению с показателями формирования инновационного потенциала.

Соответственно необходимо экспертное ранжирование значимости выделенных показателей по отношению к промышленности конкретного региона. Такого рода ранжирование может быть осуществлено по унифицированной шкале, например от 0 до 10, наиболее удобной для экспертов. В качестве же экспертов могут быть выбраны представители региональных государственных органов управления промышленностью, отраслевых промышленных ассоциаций, преподаватели профильных экономических специальностей и т. п.

3. Оценка, на основании официальной статистики, по каждой из крупных отраслей (виды экономической деятельности в соответствии с принятой в настоящее время классификацией по системе ОКВЭД) промышленности региона следующих показателей:

- средний годовой темп роста показателя за достаточно длительное количество периодов (не менее 5–6 лет), что позволило бы оценить интенсивность развития отрасли по данному показателю;
- среднее квадратичное отклонение темпов роста развития отрасли по соответствующему показателю, что позволяет оценить устойчивость развития;
- расчет, по каждому из шести наиболее значимых показателей, характеризующих особенности отраслевого развития, итогового коэффициента, учитывающего эффективность развития по соответствующему показателю, средние темпы изменения данного показателя за ряд предыдущих периодов и устойчивость такого рода темпов изменения:

$$K_i = (P_i \cdot T_i) / \sigma_T, \quad (1)$$

где K_i – коэффициент, отражающий предпочтительность развития i -й отрасли в промышленности региона в зависимости от данного показателя; P_i – значение показателя в последний отчетный период; T_i – средний реальный темп роста данного показателя для i -й отрасли промышленности региона за ряд предыдущих периодов; σ_T – среднее квадратичное отклонение темпов роста показателя.

Тем самым в формуле (1) отражены и уровень развития отрасли по каждому из выделенных показателей, и темпы роста данного показателя, отражающие тренд его изменения за ряд последних периодов, и устойчивость такого рода изменения. Действительно, с точки зрения, например, обеспечения высокого уровня привлекательности отраслей промышленности региона для внешних инвесторов, в том числе и осуществляющих вложения в инновации, важно не только обеспечить высокие темпы роста, скажем, рентабельности, но и устойчивость, сравнительно низкую изменчивость, предсказуемость темпов роста данного показателя.

4. Оценка по каждому показателю, включенному в состав предлагаемой методики рационализации отраслевой структуры промышленности региона, с учетом инновационного потенциала, сравнительного отраслевого рейтинга:

$$R_i = (K_i - K_{max}) / (K_{max} - K_{min}), \quad (2)$$

где R_i – рейтинг показателя для i -й отрасли промышленности; K_i – определенный ранее коэффициент, отражающий предпочтительность развития i -й отрасли в промышленности региона; K_{max} – максимальное значение показателя по исследуемой группе отраслей; K_{min} – минимальное значение показателя по исследуемой группе отраслей.

Приведение к рейтингу (R_i), имеющему диапазон изменения от 0 до 1, необходимо, чтобы впоследствии, при расчете итогового отраслевого рейтинга иметь возможность сравнения различных по размерности показателей (рентабельность, средняя заработная плата, финансовые коэффициенты, включенные в состав методики) друг с другом.

5. Расчет общего отраслевого рейтинга для каждой отрасли по следующей формуле:

$$OR_i = \sum_{j=1}^n (R_{ij} \cdot E_j) \quad (j = 1, 2, 3, 4, 5, 6), \quad (3)$$

где OR_i – общий рейтинг привлекательности отрасли, рассчитанный на основе показателей формирования инновационного потенциала в единой системе координат с наиболее значимыми финансово-экономическими показателями развития отрасли; R_{ij} – итоговый рейтинг j -го показателя (каждого из выделенных

шести показателей в п. 1 методики) для i -й отрасли; E_j – экспертная оценка значимости j -го показателя, рассчитанная в соответствии с п. 2 методики; n – общее количество отраслей.

6. Расчет наиболее рациональной отраслевой структуры промышленности региона с учетом показателей формирования и реализации инновационного потенциала и наиболее значимых финансово-экономических показателей, характеризующих развитие отрасли. Доля каждой отрасли в рациональной структуре может быть получена по следующей формуле:

$$d_i = OR_i / \sum_{i=1}^n (OR_i), \quad (4)$$

где d_i – доля i -й отрасли в наиболее рациональной отраслевой структуре промышленности, учитывающей приоритетное развитие показателей, характеризующих инновационный потенциал.

Тем самым в рамках предлагаемой методики предполагается, что в идеале отраслевая структура промышленности региона должна быть пропорциональна общему рейтингу отраслевого развития, учитываемому в одной системе координат финансово-экономические, социальные показатели и уровень развития инновационного потенциала.

7. Определение, на основании сопоставления фактической и полученной рациональной структуры промышленности региона, наиболее приоритетных направлений развития отдельных отраслей, в т. ч. и в части совершенствования процессов развития инновационного потенциала:

- для тех отраслей, доля которых в рациональной структуре промышленности больше, чем в фактической, следует осуществлять комплекс мероприятий по интенсификации темпов роста объемов производства;

- для отраслей, доля которых в рациональной структуре промышленности меньше, чем в фактической, целесообразно планировать и осуществлять мероприятия по системной реорганизации отраслевого развития, формированию новых концепций функционирования, выделению новых стратегических приоритетов, что позволило бы в перспективе избежать значительных кризисных явлений в такого рода отраслях;

- по каждой из отраслей можно выделить наиболее значимые резервы повышения

эффективности развития, соответствующие тем факторам, по которым имеется минимальное значение отраслевого рейтинга.

В последующих публикациях автора будут приведены результаты предлагаемой методики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Березовский Б. А. Многокритериальная оптимизация – математические аспекты. – М. : Наука, 1989.
2. Кузнецов К. В. Управление отраслевой структурой промышленности (на примере Республики Татарстан) : автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Казань, 2002.
3. Лысенко Д. С. Методы управления отраслевой структурой промышленности // Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. – 2014. – № 1. – Т. 3. – С. 25–29.
4. Палей Т. Ф. Обоснование приоритетов государственной инновационной деятельно-

сти в промышленности региона : автореф. дис ... канд. экон. наук. – Казань, 1997.

5. Разумовская Т. А. Анализ сдвигов в отраслевой структуре промышленности ненецкого автономного округа // Известия высших учебных заведений. Геодезия и аэрофотосъемка. – 2007. – № 1. – С. 163–169.
6. Родионова И. А. Изменения в отраслевой структуре и пространственной организации промышленности мира // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2009. – Т. 24. – № 2. – С. 116–124.

Парфилова Рената Рустамовна, аспирант, ЧОУ ВПО «Институт экономики, управления и права»: Россия, 420111, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Московская, 42.

Павлова Аделия Вадимовна, д-р экон. наук, профессор, ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

Тел.: (917) 296-95-29

E-mail: 930895@list.ru

ON THE METHOD OF RATIONALIZING THE SECTORAL STRUCTURE OF INDUSTRY WITH THE CONSIDERATION OF INNOVATIVE POTENTIAL

Parfilova Renata Rustamovna, postgraduate student, Institute of economics, management and law. Russia.

Pavlova Adelia Vadimovna, Dr. of Econ. Sci., Prof., Kazan (Volga) federal university. Russia.

Keywords: *innovative potential of a region, sectoral structure of industry, rationalization.*

The work examines the authors' method of rationalizing the sectoral structure of regional industry, which considers the sectoral peculiarities of formation and usage of regional innovative potential.

ПОСТРОЕНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ СИСТЕМ ОПЛАТЫ ТРУДА С ПОМОЩЬЮ РАЗЛИЧНЫХ ФОРМ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

А. В. КАМАШЕВА

*Казанский (Приволжский) федеральный университет
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Целью эффективной системы оплаты труда является повышение производительности, которое достигается с помощью хорошо продуманной, действенной системы стимулирования. От степени обоснованности выбранных систем в существенной мере зависит эффективность деятельности организации.

Ключевые слова: оплата труда, мотивация, система вознаграждения, производительность труда.

Построение эффективной системы оплаты труда в организациях связывается непосредственно с мотивацией персонала. Ее эффективность оценивается с точки зрения мотивационного воздействия на персонал с помощью системы мотивов и стимулов. Взаимодействие двух этих систем способствует разработке наиболее адекватной системы оплаты труда, которая бы учитывала цели предприятия и цели сотрудников.

Большинство мотивационных факторов могут быть задействованы при разработке комплексной системы вознаграждения в виде сочетания различных форм материальной компенсации, социальных выплат и льгот, нематериального вознаграждения.

После изучения многообразных типологий трудового поведения сотрудников, разных типов мотивации и различных подходов орга-

низации системы оплаты труда, мы приходим к следующему выводу. Не существует универсального метода оплаты труда, который учитывал бы интересы и работодателя, и сотрудника. Предприятие всегда старается платить с учетом своих целей, но ровно столько, чтобы работник не уходил, а последний в свою очередь стремится получать как можно больше. Соответственно, создать универсальную систему оплаты труда не представляется возможным. Поскольку даже на одном предприятии эффективнее будет использование разных подходов к оплате труда, применение дифференцированной системы и различных способов мотивации труда отдельных работников.

На основании множества изученных социологических исследований мотивации, мы считаем возможным привести свою типоло-

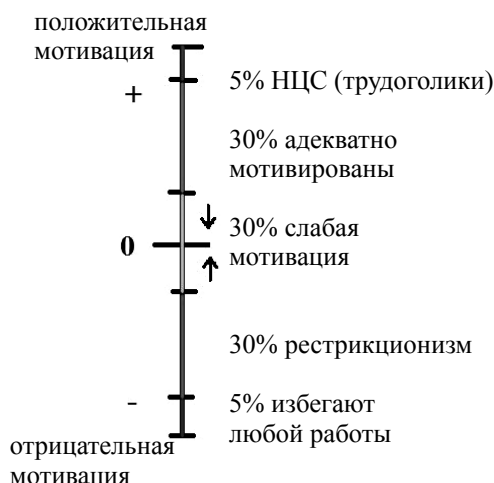


Рисунок 1. Типология работников на основе критерия мотивации

гию работников, в качестве критерия будем использовать то, насколько мотивирован работник. Таким образом, мы выделили пять типов сотрудников (рис. 1).

Первый тип – обладают самой высокой мотивацией, это те 5% людей, которые своей основной базовой потребностью видят самоактуализацию (у них перевернута пирамида Маслоу). Больше всего остального они ценят реализацию своих способностей и развитие собственной личности. Таких работников отличает общая черта – трудолюбие, то есть положительное отношение личности к процессу трудовой деятельности. Данный тип людей на фирме является наиболее ценными сотрудниками (НЦС), которые фирма должна удерживать всеми силами от их перехода к конкурентам с помощью правильно примененной к ним системы мотивации. Что включает в себя выделение их среди других работников более высокой заработной платой, выплата премий, нематериальных вознаграждений, вручение различных наград, почетных званий и грамот.

Нельзя оценивать ключевых и рядовых сотрудников по одной системе, производительность «ключевых» и «рядовых» сотрудников может отличаться в 10–100 раз [1]. У ключевых сотрудников мотивация редко совпадает с общепринятыми нормами, поэтому к сотрудникам данного типа обязательно требуется индивидуальный подход.

Вторым типом выделим адекватно мотивированных сотрудников, которые показывают хорошие результаты работы, высокую производительность. Они вовлечены в работу своей организации, с ними удобно работать, нужно лишь следить за тем, чтобы их мотивация не понижалась, используя различные положительные способы ее повышения. Но только позитивные формы: любое выражение благодарности, денежные премии, вознаграждения, повышение по службе и т. д. Наказание, или «кнут», не принесут никаких результатов. Негативные методы не сработают, так как будут восприниматься как унижение, будут работать в качестве демотиватора.

Третий тип показывает слабую положительную или даже отрицательную мотивацию, данный тип полностью подвержен механизмам повышения мотивации, как положительным, так и негативным, которыми нужно пользоваться как рычагами, и постараться перевести всех сотрудников из отрицательной в

положительную сторону графика мотивации. Однако не желательно применять «кнут» в финансовом вопросе, имеет смысл говорить о каких-то финансовых наказаниях, только если сотрудник принес компании заметные денежные убытки. В противном случае, негативные формы также будут работать в качестве демотиватора для тех, кто представляет некую ценность для компании.

Четвертый тип – это работники, которые сознательно ограничивают свою выработку и сознательно лимитируют свою производительность труда, они не в полную силу используют свои физические и умственные способности при выполнении служебных обязанностей. Выполняют лишь то, что необходимо для получения гарантированной части заработной платы. Для них работа ограничивается словами «от» и «до».

Впервые такая форма выражения недовольства рабочих как искусственное сдерживание производительности труда была описана Ф. Тейлором в США в конце XIX века. Он называл ее «работой с прохладцей», а современные социологи – рестрикционизмом. Работа с прохладцей основывается на природной склонности людей облегчать себе работу, стремлении затрачивать меньше физических усилий.

Бороться с «прохладцей» рабочих Тейлор предложил через дифференцированную систему оплаты труда. В ее основе – эталон трудовой операции, за который полагается 100% заработной платы. За перевыполнение работник получает премию (от 30 до 100% к зарплате, если выработка увеличивалась на 100%), а за невыполнение – штраф [2]. При этом администрация и рабочие подписывают контракт по поводу нормы выработки. То есть к данному типу вполне применима негативная форма повышения мотивации, даже финансовая, вычеты из заработной платы, лишения премии, понижения по службе. Кроме того, Тейлор предложил программу «достигающего рабочего», целью которой является повысить каждого рабочего до того высшего уровня, какого он может достичь, пробуждая его способности, самолюбие и энергию и давая плату, на которую он может жить лучше.

Последним типом выделим самых немотивированных сотрудников. Это те представители работников, которым можно до бесконечности увеличивать заработную плату, но

работать лучше они не будут. У них нет абсолютно никакой заинтересованности в работе, никакой вовлеченности, и более того, своим поведением они подавляют начинания своих коллег, так как негативно относятся к активности других. Применение «кну́та» или «пряника» никак не влияет на их стиль работы [3]. Таких работников нужно увольнять, например, при использовании системы КРІ отслеживать работников, показавших недопустимо низкие результаты, предупредить их о том, что если эти показатели не увеличатся, то их ждет увольнение.

Соответственно на предприятии не может быть использована какая-то одна из вышеперечисленных система. Система оплаты труда в организации должна представлять собой гармоничный синтез нескольких стимулирующих и мотивационных факторов воздействия на работников различных типов. И только такая система может быть эффективной.

Таким образом, очень важно правильно выбрать метод мотивации и системы вознаграждения для каждого отдельного сотрудника. Так как, если выбрана наиболее эффективная система мотивации, то в результате мы будем наблюдать рост инициативности в отношении достижения целей компании со стороны сотрудников, снижение нарушений трудовой и исполнительской дисциплины,

снижение количества и глубины межличностных конфликтов. Мы добьемся стопроцентной результативности, динамичного повышения эффективности. В норму трудовой жизни войдет постоянный обмен опытом и развитие своих компетенции по собственной инициативе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Нельзя оценивать ключевых и рядовых сотрудников по одной системе // Психология бизнеса Sistema [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://habrahabr.ru/post/217679>.
2. Ерманский О.А. Идеи Ф. Тейлора в России // Социол. Исследования. – М.: МЦФЭР, 2000. – № 10. – С. 27.
3. Камашева А. В., Халиков А. Л. Формирование человеческого капитала образования в России: гендерный аспект // Управление человеческими ресурсами. – 2012. – № 1. – С. 10.

Камашева Анастасия Васильевна, ассистент, соискатель, ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

Тел.: (919) 690-02-22

E-mail: as112@list.ru

FORMATION OF EFFICIENT REMUNERATION SYSTEMS WITH THE HELP OF VARIOUS FORMS OF PERSONNEL MOTIVATION

Kamasheva Anastasia Vasilievna, assistant lecturer, applicant, Kazan (Volga) federal university. Russia.

Keywords: *remuneration, motivation, remuneration system, work productivity.*

The goal of an efficient remuneration system is an increase in productivity, which is achieved with the help of a well-planned, effective stimulation system. The efficiency of organization's operation is largely dependent on the extent of validity of the selected systems.

ИНСТРУМЕНТЫ ОЦЕНКИ ГОТОВНОСТИ СТРАН ГРУППЫ БРИКС К СТАНОВЛЕНИЮ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

И. А. КИРШИН, О. В. ПАЧКОВА
ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань

Аннотация. В статье реализован репрезентативный компаративистский подход к анализу уровня готовности стран группы БРИКС к становлению информационного общества. На основе выявления корреляционной связи между динамикой внедрения информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и темпами экономического роста доказано, что лидерство национальных экономик по производству высокотехнологичной продукции обеспечивается благодаря высокому уровню социально-экономического развития, базирующегося на структурной интеграции знаний, ИКТ и институтов развития в национальную социально-экономическую среду.

Ключевые слова: композитные индексы, компаративистский подход, корреляционная связь, структурная интеграция знаний, ассемблирование.

Уровень информатизации экономики и общества является важнейшим индикатором конкурентоспособности стран в современной глобальной экономике. Стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий и увеличение их позитивного влияния на экономический рост обуславливают необходимость применения компаративистского подхода к анализу уровня развития ИКТ в разных странах мира. Учеными предложены разнообразные методики составления индексов и рейтингов стран по уровню информатизации и участию ИКТ в хозяйственной деятельности и готовности стран к становлению информационного общества (ИО). Оценке качества ИКТ также посвящена обширная методическая и статистическая литература [1–7].

На сегодняшний день используется ряд композитных (интегральных) индексов, отражающих сложившиеся ситуации развития ИКТ в регионах, странах и обществе в целом. Рассчитываются индексы развития институциональной, социальной, информационно-инновационной среды, основные черты и особенности ассемблирования, формирования частной инициативы, способность общества и его институтов к действенному применению существующего, созданию новейшего и креативного знания, всестороннему внедрению ИКТ.

Во исполнение положений Стратегии развития информационного общества в РФ, утвержденной Президентом РФ 07.02.2008 г. № Пр-212, и протокола заседания Совета Безопасности РФ от 31.08.2007 г. № Пр-1574 [8], в России создается система мониторинга развития ИО. Данная система мониторинга обеспечивает информационно-аналитическое сопровождение разработки основных направлений политики федеральных и региональных органов государственной власти по развитию ИКТ, готовности к становлению ИО и формированию инструментария электронного правительства. В предложенной системе показателей учтены следующие международные композитные индексы:

– индекс развития ИКТ (ICT Development Index – IDI), который исчисляется Международным союзом электросвязи (МСЭ);

– индекс сетевой готовности (Networked Readiness Index – NRI), рассчитывается Всемирным экономическим форумом (ВЭФ) и международной школой бизнеса INSEAD;

– индекс развития экономики знаний (Knowledge Economy Index – KEI) и Индекс знаний (Knowledge Index – KI), исчисляются и регулярно располагаются Всемирным банком;

– индекс готовности к электронному правительству ООН (United Nations e-Government Readiness Index – EGRI), разработан и рассчитывается Департаментом по экономическим и социальным вопросам ООН.

Особое место занимает индекс готовности регионов России к информационному обществу и места субъектов РФ в рейтинге,

представляемые Институтом развития информационного общества с 2005 г.

В таблице 1 даны значения композитных индексов по странам БРИКС, указано количество подиндексов и субиндексов, входящих в состав композитных индексов, рейтинг, а также количество стран, включенных в данные обследования.

Таблица 1 – Композитные индексы по странам БРИКС за 2009–2010 гг.

Страны	Композитные индексы				
	IDI/ранг	NRI/ранг	EGRI/ранг	KEI/ранг	KI/ранг
Бразилия	4,22/64	3,94/59	0,50/61	5,66/54	6,11/54
Россия	5,38/47	3,77/74	0,51/59	5,55/60	6,82/60
Индия	2,01/116	4,03/54	0,36/87	3,09/109	3,57/109
Китай	3,55/80	4,15/46	0,47/72	4,47/81	4,66/81
ЮАР	3,00/97	3,87/72	0,43/97	5,11/67	5,21/67
Лидер	8,40/Юж.Корея	5,85/Дания	0,88/Юж.Корея	9,52/Дания	9,57/Швеция
Аутсайдер	0,83/Чад	2,44/Чад	0/Наури	0,96/Сьерра-Леоне	0,87/Сьерра-Леоне
Кол-во субинд.	3	4	3	4	3
Кол-во подинд.	11	10	15	12	9
Кол-во стран	152	142	190	145	145

Источник: составлено авторами на основе [1–6].

Анализ показателей, представленных в таблице 1 позволяет выявить следующие особенности и закономерности:

– РФ занимает первое место в странах группы БРИКС по индексу развития ИКТ – IDI, но существенно отстает от Южной Кореи, которая сменила Швецию, бессменного лидера последнего десятилетия;

– в то же время Россия занимает последнее место в странах группы БРИКС по индексу сетевой готовности – NRI, это объясняется тем, что наблюдается отставание по субиндексам и подиндексам, которые определяют качество институциональной среды, сложившейся в странах;

– индекс готовности к электронному правительству – EGRI, рассчитанный для РФ, незначительно превышает значение для стран БРИКС, но почти в два раза меньше значения этого композитного индекса для Южной Кореи, которая здесь так же является мировым лидером;

– лидирующее положение на протяжении последних пятнадцати лет по индексу развития экономики знаний – KEI и индексу знаний – KI занимают страны Северной Европы, Россия занимает второе место в странах БРИКС.

Таким образом, недостаточное развитие институциональной среды и, в частности, институтов развития, информационно-инвестиционной среды и инфраструктуры привело Россию к значительному отставанию от стран лидеров. И хотя уровень образования, развития интеллектуального капитала остаются на относительно высоком уровне, в последние годы и по данным показателям наметилась отрицательная тенденция.

На базе компаративистского подхода выявлена корреляционная связь между динамикой внедрения ИКТ и темпами экономического роста. В таблице 2 приведены значения парных индексов корреляции между показателями: ВНД на душу населения (GNI) и обследованными индексами. Устойчивые, прямые связи между этими показателями подтверждаются значениями индексов корреляции, которые находятся в пределах [0,621–0,987].

Данные таблицы 2 позволяют сделать следующие выводы:

– о высокой репрезентативности данных композитных индексов (исследовано от 145 до 190 стран);

– в настоящее время к развитию информационной экономики (сетевой экономике и широкому использованию ИКТ) готовы стра-

Таблица 2 – Значения парных индексов корреляции за 2009–2010 гг.

Индексы	GNI	IDI	NRI	EGRI	KEI	KI
GNI	1,000	0,807	0,794	0,621	0,760	0,735
IDI	0,807	1,000	0,922	0,960	0,950	0,971
NRI	0,794	0,922	1,000	0,919	0,915	0,895
E-G	0,621	0,960	0,919	1,000	0,934	0,940
KEI	0,760	0,950	0,915	0,934	1,000	0,987
KI	0,735	0,971	0,895	0,940	0,987	1,000

Источник: составлено и рассчитано авторами на основе [1–6].

ны с подушевым, граничным доходом (с уровня GNI = USD 10 000);

– передовые позиции по производству высокотехнологичной продукции занимают именно те страны, которым удалось интегрировать знания, ИКТ и институты развития в национальную экономику, благодаря чему они и заняли лидирующие позиции в мирохозяйственной системе.

Однако эти закономерности обнаруживаются только при достижении определенной критической массы использования ИКТ в социально-экономической жизни страны. Положительный социально-экономический эффект на базе использования ИКТ достигается за счет роста производительности труда и доминирующего вклада в рост ВВП, причем преимущественно в промышленном секторе. К сожалению, из-за отставания в промышленном развитии и незначительного использования ИКТ в России еще не накоплена критическая масса, при которой ИКТ начинают непосредственно влиять на поступательное развитие экономики страны.

Российские регионы играют ведущую роль в информатизации страны и преодолении так называемого «информационного разрыва». С 2005 г. Институт развития информационного общества (ИРИО) ежегодно публикует рейтинги готовности субъектов Федерации к ИО. Используемая для подготовки данного Индекса методика нормализации аналогична процедуре, которая применяется в композитном индексе развития ИКТ, разработанном Международным союзом электросвязи по решению Всемирной встречи на высшем уровне по вопросам развития информационного общества (ICT Development Index, IDI).

Анализ данных, приведенных в [7], позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, на протяжении последних лет пятерка регионов-лидеров не изменилась и

выглядит следующим образом: Москва, Санкт-Петербург, ЯНАО, Томская область и ХМАО. Лидерами среди федеральных округов являются Центральный, Северо-Западный, Приволжский. В последнем ведущие позиции занимают Чувашская Республика, Республика Татарстан и Самарская область. Показательно, что максимальное различие между регионами России по уровню готовности к информационному обществу, измеряемое композитным индексом, составляет 2,84 раза. Однако, по данным исследования, существует тенденция к сокращению этого разрыва.

Следует отметить, что компаративистский анализ оценки готовности РФ к становлению ИО, проводимый на основе мониторинга субъектов Федерации по методикам применения рассмотренных композитных индексов, демонстрирует высокую результативность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Евростат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.europa.eu.int/comm/eurostat>.
2. Международный союз электросвязи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.itu.int/ITU-D>.
3. Глобальный отчет 2012 об информационной технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GITR_Report_2012.
4. Электронный правительственный обзор Организации Объединенных Наций 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unpan.org/e-government>.
5. Knowledge for Development [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://info.worldbank.org/etools/kam2/KAM_page5.asp.
6. Центр гуманитарных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings>.

7. Индекс готовности российских регионов к информационному обществу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eregion.ru>.
8. Электронное правительство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ictgov.ru/upload/iblock>.
9. Как преодолеть «цифровое неравенство» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cnews.ru/reviews/free/gov2011/articles/article27.shtml>.

Кишин Игорь Александрович, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой «Финансовый менеджмент», ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

Пачкова Ольга Владимировна, канд. экон. наук, доцент кафедры «Финансовый менеджмент», ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

Тел.: (960) 037-36-47

E-mail: olga_pachkova@mail.ru

INSTRUMENTS FOR ASSESSING THE READINESS OF BRICS GROUP COUNTRIES FOR INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT

Kirshin Igor Aleksandrovich, Dr. of Econ. Sci., Prof., head of “Financial management” department, Kazan (Volga) federal university. Russia.

Pachkova Olga Vladimirovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof. of “Financial management” department, Kazan (Volga) federal university. Russia.

Keywords: composite indices, comparative approach, correlation, structural integration of knowledge, assembling.

The article implements the representative comparative approach to analyzing the level of BRICS countries readiness for information society development, Based on uncovering the correlation between the dynamics of introducing information-communication technologies (ICT) and economic growth rates, the work proves that the leadership of national economies in manufacturing advanced technology products is achieved owing to the high level of social-economic development, which is based on the structural integration of knowledge, ICT and development institutions into the national social-economic environment.

КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Н. Н. МИЛЬЧАКОВА, А. В. КОЗЛОВА
ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный университет»,
г. Тюмень

Аннотация. Представлен сравнительный анализ теоретических концепций развития современного общества. Выявлены особенности и предпосылки их возникновения. Определено место концепции «экономика знаний» в контексте общественного развития.

Ключевые слова: экономика, основанная на знаниях, постиндустриальное общество, информационная экономика, инновационная экономика.

В настоящее время в экономической литературе существует ряд концепций и теорий, посвященных исследованию сущности и основных черт современного этапа мирового хозяйственного развития. Это обусловлено прежде всего необходимостью объяснить происходящие в конце XX века изменения во всех сферах жизни общества, а именно: интеллектуализацию и компьютеризацию общественной жизни, переоценку роли знания в качестве важнейшего фактора производства, господство наукоемких технологий как источника экономического роста и конкурентоспособности. Однако место экономики знаний среди теорий развития современного общества с целью более глубокого понимания этапов его развития пока не определено.

На наш взгляд, представляют интерес следующие концепции современного общества: теория информационной, глобально-сетевой, инновационной и постиндустриальной экономики; концепция экономики, основанной на знаниях (табл. 1).

Как известно, концепция «постиндустриальной экономики» отражает глобальные перемены, последовавшие в обществе в послевоенный период. Научно-технический прогресс обуславливает сокращение физического труда, повышается уровень механизации и автоматизации производства, наблюдается рост благосостояния общества, что, в свою очередь, увеличивает спрос на услуги и отражается в

увеличении доли этого сектора экономики в ВВП. Необходимо отметить и влияние глобализации, проявившейся в международном разделении труда и возрастающей роли транснациональных компаний на международном рынке.

Концепт «информационной экономики» выступает частью концепции «постиндустриальной экономики» и характеризует технологический аспект трансформации жизни общества, связанный с прогрессом в области ИКТ и повсеместной информатизацией. Теория «глобальной сетевой экономики» указывает на дальнейшую наметившуюся тенденцию развития информационных технологий, демонстрирует трансформацию экономических отношений и форм взаимодействия участников как результата межсетевого взаимодействия на глобальных рынках.

Однако с развитием информационного общества приходит понимание того, что не любая информация может быть фактором экономического роста, а только та, благодаря которой рождается новое знание. Осознание важности производственного знания происходит в 60-е годы XX века, когда начинаются попытки учета фактора новых знаний при анализе процессов развития и интенсификация внедрения новых знаний в производственные процессы хозяйствующих субъектов, что находит свое отражение в концепции инновационной экономики. Согласимся с А. А. Дынкиным, который от-

Таблица 1 – Сравнительный анализ концепций развития современного общества

Название теории развития современного общества	Предпосылки возникновения	Характерные особенности
Постиндустриальная экономика	Глобальное разделение труда. Научно-технический прогресс. Повышенный спрос на услуги вследствие увеличения благосостояния общества	Преобладание в структуре экономики сектора услуг (>50 % в ВВП). Доминирующий производственный ресурс – информация и знания. Главная движущая сила – научные разработки. Глобализация рынков
Информационная экономика	Увеличение количества информации. Развитие современных информационных технологий и телекоммуникаций	Доминирующий производственный ресурс – информация (нематериальные активы, лицензии, патенты, технологии), а не знания. Качественное информационное обеспечение функционирования всех субъектов рыночного хозяйства, повсеместная информатизация [4, 6]
Глобальная сетевая экономика	Глобализация мирового хозяйства. Экспансия ИКТ (информационно-коммуникационных технологий)	Сети определяют и отражают функциональные задачи экономики и общества, являются базовой формой инфраструктуры современной экономической системы. Возникновение глобальной информационной инфраструктуры и межсетевой характер взаимодействия на глобальных рынках. Бурный рост информационных потоков. Трансформация экономических систем и отношений
Инновационная экономика	Возрастающее значение нового производственного знания и его реализация в новых продуктах, товарах, услугах	Доминирующий производственный ресурс – информация и знания. Процесс капитализации новых благ субъектами национальной экономики. Большое значение придается национальным инновационным системам (множество взаимодействующих институтов науки, техники, образования, имеющих устойчивые национальные, политические и культурные особенности)
Экономика, основанная на знаниях	Глобальное распространение и широкомасштабное использование ИКТ. Установление 6-го технологического уклада (нано-, био-, ИКТ и когнитивные технологии)	Господство наукоемких технологий. Производство идей является источником экономического роста и конкурентоспособности. Доминирующая форма капитала – интеллектуальная. Важнейший фактор производства – знание. Достижение эффективности при использовании дискриминационных цен (то есть цен, рассчитанных на конкретного потребителя). Приоритетный способ воспроизводства личностной экономической культуры – непрерывное профессиональное образование. Новый порядок взаимодействия участников рыночного обмена – производитель сближается с потребителем. Создаваемый общественный продукт – продукт, содержащий знание. Развитие человека – основа социально-экономического прогресса

мечает, что под инновационной экономикой следует понимать «такую экономику, в которой знания позволяют генерировать непрерывный поток нововведений, отвечающий динамично меняющимся потребностям, а часто и формирующий эти потребности» [3].

По мнению Б. З. Мильнера, неизбежность появления экономики знаний была описана в теории расширяющихся рынков, согласно которой любая сущность, осознаваемая человечеством, через определенное время становится предметом рыночных от-

ношений. Вследствие роста номенклатуры осязаемых продуктов происходит естественное расширение их рынков. Прорыв связан с началом торговли неосязаемыми продуктами (услугами), далее стали торговать долговыми обязательствами, правами (фьючерсы, опционы). При этом все эти рынки работают в среде рынка информации. Когда знание становится рыночным продуктом, появляется экономика знаний [2, с. 153].

Мы полагаем, что экономику знаний можно рассматривать в узком и широком смысле. В узком смысле экономика знаний представляет собой один из секторов национального хозяйства, в котором происходит производство, обработка и управление знаниями. Таким это понятие было представлено в работах Й. Шумпетера, Ф. Хайека и Ф. Махлупа. Однако должного распространения в то время этот термин не получил, так как понимался лишь в функционально-отраслевом аспекте (как один из секторов экономики). Можно согласиться с позицией А. И. Ракитова, полагающего, что ранний этап становления экономики знаний представляет собой усиленный вариант версии информационного общества, который сводит к минимуму вероятность появления кризисных явлений и отрицательных эффектов в общественном развитии.

Но в начале 1960-х годов происходит важнейший социальный сдвиг в индустриально развитых странах (превышение квалифицированных работников над индустриальными) [1]. А в 1990-е годы внимание мирового сообщества к теории экономики, основанной на знании, проявляется особенно остро. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Всемирный банк, Европейская комиссия, ЮНЕСКО, АТЭС и др. публикуют доклады и отчеты, посвященные этой концепции. Также многие развитые страны мира (США, Япония, Западная Европа) провозглашают экономику знаний в качестве ориентира дальнейшего социально-экономического развития. В широком смысле экономика знаний понимается нами как тип экономики, в котором знаниям отводится ключевая роль, а ядром формирования экономики знаний являются три основные сферы – НИОКР и инновации, образование и обучение, способствующие формированию человеческого капитала, ин-

формационные и компьютерные технологии. Поэтому на этом этапе общественного устройства знания стали рассматриваться и в качестве источника, способного вызвать кризисные ситуации и опасные изменения общественного уклада.

Необходимо подчеркнуть, что концепт экономики, основанной на знании, в отличие от информационной экономики, смещает акцент с чисто технологического развития на более емкие характеристики, заключающиеся в развитии человека как основы социально-экономического прогресса. В теории «экономики знаний», учитываются социальные, экономические, политические, культурные стороны жизни общества, проявляющиеся в межцивилизационном взаимодействии его субъектов.

Хочется отметить, что, несмотря на ключевую роль знаний в развитии человечества на протяжении всей его истории, очевидным является признание того факта, что в условиях глобализации, информатизации и интеллектуализации общественной жизни, роста значения человеческого капитала именно массовое производство знаний, их использование, скорость распространения отличает экономику, основанную на знаниях, от предыдущих этапов развития. Прослеживается тенденция не только увеличения численности работников креативного класса, но и интеллектуализация многих видов профессиональной деятельности. Однако было бы ошибочно полагать, что в этой экономике знания замещают реальное производство, не следует также абсолютизировать их роль. Нам представляется возможным рассматривать экономику знаний как качественно новую систему применения и внедрения знаний во всех сферах общественной жизни.

Несмотря на некоторые различия, можно выделить общие черты, характерные для всех концепций развития современного общества. Прежде всего, следует сказать о важной роли научно-технического прогресса как необходимого условия конкурентоспособности и экономического роста во всех из типов названных экономик. Также отметим глобальность происходящих процессов, их связь с ИКТ [1, с. 204]. Содержательный анализ указанных концепций говорит об их когнитивной комплементарности.

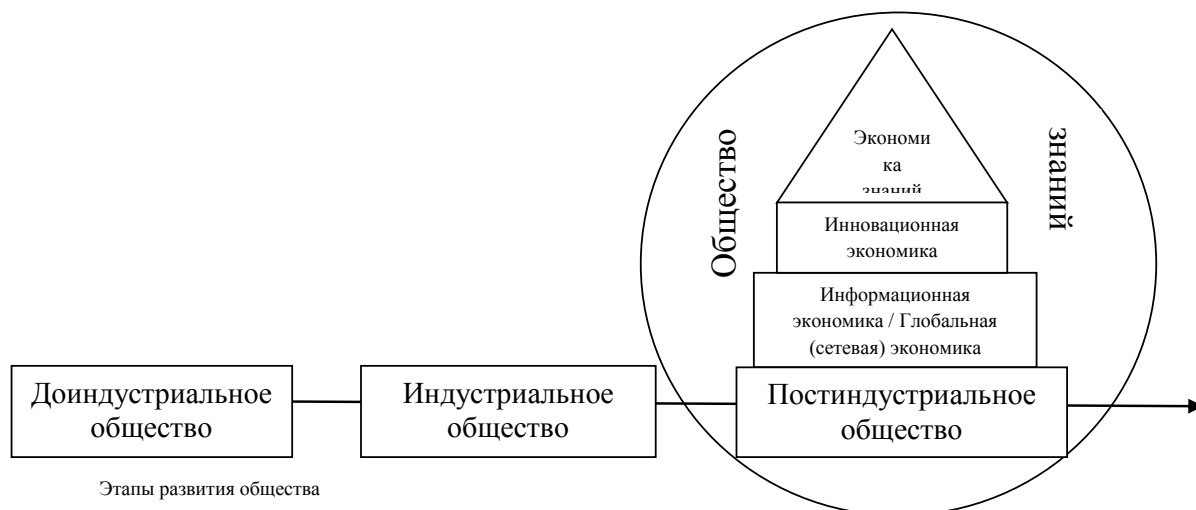


Рисунок 1. Место концепции «экономика знаний» среди теорий современного общества

Проведенный анализ концепций современного общества позволяет нам сделать вывод о том, что общество вступает в новую стадию своего развития, основанную на когнитивизации всех его сфер жизнедеятельности (рис. 1).

Концепт «постиндустриальное общество» указывает на последовательность этапов социально-экономического развития общества и является самым емким из всех. Его можно рассматривать как базис для развития теории информационной экономики, отражающей растущее применение информационных технологий и использование информации в качестве экономического ресурса. Теория глобальной (сетевой) экономики дополняет концепцию информационной экономики и определяет глобальную сеть как основную организационную форму мирового сообщества. Теория инновационной экономики акцентирует внимание на возрастающем значении нового производственного знания и придает большое значение национальным инновационным системам. Эволюционно концепция «экономика знаний» сменила концепцию информационной экономики и по многим аспектам близка ей. Экономику знаний можно определить как новейшую форму проявления постиндустриального общества и высшую стадию его развития.

Таким образом, анализ различных подходов, характеризующих сущность «экономики знаний» позволяет нам рассматривать

ее в качестве основной концепции современного хозяйственного развития экономики инновационного типа, основанной на интеллектуальной форме капитала, господстве наукоемких технологий и развитии человека, как базиса социально-экономического прогресса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Друкер П. Ф. Эпоха разрыва: ориентиры для нашего меняющегося общества ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2007. – 322 с.
2. Мильнер, Б. З. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями. – Инфра-М, 2013. – 624 с.
3. Экономика знаний: институты и структуры: сб. науч. трудов / Рос. акад. наук, Ин-т науч. информ. по обществ. наукам ; отв. ред. С. М. Пястолов. – М. : ИНИОН, 2013. – 187 с.
4. European Business. Facts and figures. – Luxembourg : Office for Official Publications of the European Communities, 2009. – P. 466.
5. Handbook on the Knowledge Economy / ed. by D. Rooney, G. Hearn, T. Kastelle. – Cheltenham : Edward Elgar, 2012.
6. OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2005. – Paris : OECD Publications, 2005. – P. 183–204.

Мильчакова Наталья Николаевна, д-р экон. наук, профессор кафедры «Экономическая теория и прикладная экономика», ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный университет»: Россия, 625003, г. Тюмень, ул. Семакова, 10.

Козлова Анна Викторовна, экономист, ООО «Универсалстрой», аспирант, ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный университет»: Россия, 625003, г. Тюмень, ул. Семакова, 10.

Тел.: (912) 386-37-17

E-mail: mina@utmn.ru

CONCEPTS OF MODERN SOCIETY DEVELOPMENT: COMPARATIVE ANALYSIS

Milchakova Natalia Nikolaevna, Dr. of Econ. Sci., Prof. of “Economic theory and applied economy” department, Tyumen State university. Russia.

Kozlova Anna Viktorovna, economist, “Universalstroy” Ltd., postgraduate student, Tyumen State university. Russia.

Keywords: knowledge-based economy, postindustrial society, information economy, innovational economy.

The work presents the comparative analysis of the theoretic concepts of modern society development. It uncovers the specific features and prerequisites of their origination and determines the place of “economy of knowledge” concept in the context of social development,

РОЛЬ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ В ПРОЦЕССЕ ПРОИЗВОДСТВА ОБЩЕСТВЕННЫХ БЛАГ

*О. А. ИГНАТЬЕВА, Э. Д. АХМЕТГАЛЕЕВ**

ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,

ЧОУ ВПО «Академия социального образования»,

г. Казань, Республика Татарстан

Аннотация. Выявлено, что объем государственных закупок и прямых инвестиций – взаимосвязанные величины, которые можно представить в виде кривых безразличия. Таким образом, в каждом случае выбора между инвестированием на создание блага и организацией госзаказа следует рассматривать сценарий в виде набора равноценных благ и исходить из бюджетного ограничения.

Ключевые слова: общественные блага, финансовая политика, государство, бюджет, эффективность финансирования, благосостояние.

В качестве важнейшей цели современной государственной финансовой политики большинство отечественных экономистов выделяют разработку и реализацию эффективной системы полноценного финансового обеспечения и финансового стимулирования ускоренного стабильного экономического роста в стране, позволяющего в относительно короткие сроки выйти на лидирующие позиции в мировом экономическом пространстве и повысить благосостояние граждан. В качестве подтверждения реализации данной цели приводят показатели роста ВВП.

На наш взгляд, такой подход по меньшей мере является дискуссионным. В силу того, что нормативно не закреплены определения эффективности и не предлагается показателей полноценности финансового обеспечения, нельзя говорить о реализации этих частей цели финансовой политики. В то же время стабильность экономического роста не может характеризовать величина ВВП, поскольку цикличность экономики обуславливает периодические изменения в его объеме. Говоря о сроках выхода в лидирующие страны, следует указать горизонт планирования, поскольку формулировка «в относительно короткие сроки» не дает основания для прогнозирования позитивных изменений. В соответствии с теорией благосостояния, безусловно, можно считать повышение благосостояния граждан целью финансовой политики, однако в части

публичного сектора и предоставляемыми государством публичных благ, как ранее нами было показано, есть противоречие процесса их распределения с теорией благосостояния. В связи с этим, по нашему мнению, не следует говорить о повышении благосостояния граждан как о цели государственной финансовой политики. В плане финансовой политики следует исходить из двух основополагающих факторов: реальности и достижимости – и оперировать в рамках этих определений критериями эффективности и однозначности (определенности). Под достижимостью здесь и далее мы подразумеваем основополагающий критерий полноты выполнения цели, иными словами, цель должна быть выполнима в рамках горизонта планирования. Реальность цели подразумевает наличие у нее научного и юридического основания, что позволит нам говорить о ее конкретности. Определенность цели финансовой политики говорит о ее состоятельности и значимости: то есть несмещенности прогнозных оценок и результата.

К основной цели финансовой политики государства относят полноценное обеспечение доходными источниками процесса производства и распределения публичных благ. С этой точки зрения Р. А. Масгрейв отмечает, что к основным функциям государственной финансовой политики следует относить:

1. Обеспечение предоставления публичных благ или процесса, при котором со-

вокупные ресурсы разделяются между производством частных и публичных благ и определяется набор предполагаемых публичных благ. Обеспечение публичными благами выражает распределительную функцию бюджетной политики.

2. Корректировка существующего распределения доходов и богатства с целью обеспечения соответствия общественным представлениям о справедливом распределении – перераспределительная функция.

3. Использование бюджетной политики как средства обеспечения высокой занятости, разумного уровня цен и соответствующего уровня экономического роста с учетом влияния на торговый и платежный балансы – стабилизационная функция [1].

Основанием к постановке цели государственной финансовой политики являются перечисленные функции в приложении к возникающим экономическим проблемам.

Увязывая среднесрочные приоритеты государственной финансовой политики с основными функциями государственного сектора и зная характеристики взаимосвязи различных финансовых потоков, можно выстраивать государственную финансовую политику, основывающуюся на принципах системности, эффективности и рациональности. Исходя из производственной функции, мы можем говорить о выстраиваемой государством политики в области производства публичных благ. В рамках построения политики следует помнить о том, что когда мы говорим об обеспечении производства публичного блага государством, мы имеем в виду то, что они профинансированы из бюджета. При этом не имеет значения, кто их произвел: частная организация или государственная.

Применяя эту схему к нашему случаю, можно говорить о том, что, во-первых, объем прямых государственных закупок играет более важную роль в процессе создания публичных благ; во-вторых, объем государственных закупок и прямых инвестиций – взаимосвязанные величины, которые можно представить в виде кривых безразличия.

Таким образом, в каждом случае выбора между инвестированием на создание блага и организацией госзаказа следует рассматривать сценарий в виде набора равноценных благ и исходить из бюджетного ограничения.

Применительно к нашей модели следует отметить выявленные тенденции:

а) чем выше уровень благосостояния, тем выше доля частного сектора в процессе производства и распределения публичных благ;

б) чем больше неравномерность публично-правовых образований, тем ниже эффективность частного сектора в процессе распределения публичных благ;

в) объем возвращаемых средств в результате налогообложения – величина предельно-уменьшающаяся, что обуславливает ее низкое влияние на объем выполняемых публичных обязательств;

г) прямые трансферты (монетизированные льготы) дешевле льгот [2].

Таким образом, исходя из выявленных зависимостей существует возможность гибкого управления процессом распределения.

Обобщая сказанное, мы можем выдвигать конкретные предложения по формулированию приоритетов государственной финансовой политики:

1) следует отказаться от стимулирования спроса. Это связано с тем, что в силу предпочтений прямых инвестиций не наблюдается роста производства благ; предположения о том, что достаточно высокий платежеспособный спрос автоматически вызовет рост производства безоснователен в силу склонности к импортозамещению;

2) необходимо создать действенный механизм организации государственных закупок: наделить функциями контроля в области качества выполнения государственного заказа, повысить объемы государственных заказов, стимулировать производство публичных благ при помощи государственных заказов;

3) наравне с этим при выборе между государственным заказом и инвестициями следует рассматривать процесс с позиции скрытых издержек;

4) необходимо сконцентрироваться на более отсталых регионах, в силу того что при условии роста благосостояния из-за неравномерности доступа к публичным благам эффективность распределения будет падать;

5) необходимо сократить расходы, связанные с государственным управлением [3].

Таким образом, мы считаем, что приоритеты государственной политики можно сформулировать в виде трех главных направлений: повышение производительности, снижение издержек на госуправление и выравнивание

уровня экономического развития регионов. В части каждого направления можно выделить следующие пути решения: замещать высокую зарплату чиновников социальным пакетом, выровнять зарплату, замещая прибавочную зарплату большим спектром льгот (в том числе и при оплате коммунальных услуг и налогообложении). Следовательно, изменится неравенство между частным и бюджетным секторами. На основе оценки решения о прямых инвестициях или госзакупках будет возможно поддерживать предложение временно невостребованных благ, обеспечивая спрос на продукцию моногородов. И, наконец, обеспечить льготное налогообложение (вплоть до отрицательных налоговых ставок) для организаций, осуществляющих деятельность (размещающих производство) в отсталых регионах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ильин О. И. Государственное регулирование общественных благ : автореф. дис. ... канд. экон. наук. – М., 2005. – 134 с.
2. Гутман Г. В., Дигшина О. Б., Звягинцева О. П. Общественные блага в транзитивной экономике. – М. : Маркет ДС Корпорейшн, 2014. – 120 с.
3. Хиллман А. Л. Государство и экономическая политика. Возможности и ограничения управления [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://sci-book.com/teoriya-ekonomicheskaya/gosudarstvo-ekonomicheskaya-politika.html>.

Игнатъева Оксана Анатольевна, канд. экон. наук, доцент, ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

Ахметгалеев Эдуард Динисович, канд. пед. наук, доцент, ЧОУ ВПО «Академия социального образования»: Россия, 420039, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Исаева, 12.

Тел.: (927) 407-38-87

E-mail: dip789@mail.ru

ROLE OF FINANCIAL POLICY IN THE PROCESS OF PUBLIC GOODS PRODUCTION

Ignatyeva Oksana Anatolievna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan (Volga) federal university. Russia.

Akhmetgaleev Eduard Dinisovich, Cand. of Ped. Sci., Ass. Prof., Academy of social education. Russia.

Keywords: public goods, financial policy, state, budget, efficiency of financing, welfare.

The work determines that the volume of state procurement and direct investments are interconnected values which can be represented in the form of indifference curves. Thus, in every instance of choosing between the investment into the production of goods and the organization of state order one should view the scenario as a set of equivalent goods and make a decision on the basis of budget limitations.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КРЕДИТОВАНИЯ

В. В. КАМИОНКА

*ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский институт гуманитарного образования»,
г. Санкт-Петербург*

Аннотация. Данная статья посвящена анализу образовательного кредитования в международной практике. Выделяется ряд базовых моделей образовательного кредитования, предполагающих сохранение различной степени влияния государства.

Ключевые слова: кредитование, образовательная система, свободный рынок, госконтроль, ссуда, кредит.

Настоящая статья ставит своей целью изучение образовательного кредита, который является многообещающей формой оплаты обучения в высших учебных заведениях, но пока недостаточно принятой в России [2].

Не стоит забывать о том, что чаще всего студент – человек небогатый. Из-за поиска призвания, овладения специальностью многие студенты не имеют возможности работать полный день и претендовать на достойную заработную плату, поэтому займы должны быть доступны для всех студентов. То есть возможность получения студенческих кредитов и участие государства в программах кредитования должны быть неотъемлемыми свойствами образовательного кредитования [2, 3].

Исследуя существующие схемы образовательного кредитования, выделяют 3 базовых классификационных признака:

– субъект управления: кредитные программы, которые находятся под управлением государства, независимых агентств оценки, кредитных брокеров, банков, образовательных учреждений;

– способ начисления процентной ставки: рыночные ставки и субсидируемые ставки, то есть ставки ниже рыночных, датирование которых происходит за счет государственного бюджета;

– способ погашения основной суммы: платежи, рассчитываемые от фиксированного срока погашения кредита, то есть носящие ипотечный характер, и платежи, рассчитываемые как установленная часть

дохода выпускника до полного погашения кредита.

В настоящее время двумя наиболее распространенными видами кредитования за рубежом являются:

1) условные займы ипотечного типа (conventional loans CL);

2) займы пропорциональные уровню дохода (income contingent loans ICL) [2, 5].

Условный займ характерен тем, что определяются процентная ставка, обычно исчисляемая как процент от общей суммы кредита, период полного погашения кредита, а также условия выплаты: частота выплат, их размеры и т. д. Второй тип кредитования подразумевает, что выплаты заемщика зависят от величины его будущего дохода, т. е. при заключении договора кредитования устанавливается процентная ставка, представляющая собой определенную часть будущего дохода. Несомненно, ипотечные займы представляют наибольший риск, и семьи с низким доходом не смогут себе позволить подобный займ. На практике абитуриентам-заемщикам чаще всего предлагается программа кредитования, сочетающего в себе признаки обоих типов.

В международной практике национальные программы кредитования студентов были впервые введены в таких разных по своему экономическому укладу странах, как США, Япония, Дания, Норвегия, Швеция в 50-х годах XX в. С конца 1980-х годов в мире повсеместно возрос интерес к образовательному кредитованию. Вызвано это тем, что посто-

янно увеличивается спрос на высшее образование, растет стремление соблюдать социальный принцип равенства образовательных возможностей, а также усугубляются бюджетные проблемы государства [4].

Проведенный нами анализ позволяет выделить три базовые модели образовательного кредитования.

1. Финансово-экономическая модель финансирования образования своей методологической основой имеет неолитерализм. Данная модель предполагает бесплатное общее среднее образование и обучение выборочных одаренных (финансовая поддержка учебных заведений для талантливых студентов, выделение грантов и стипендий государственными или частными учебными заведениями). Модель ориентирована на результат, а не на затраты на обучение. Что касается требований, то выделяются возможности свободного выбора студентами и родителями государственного или негосударственного учебного заведения без ограничений со стороны государства. Существует две модификации: в США, Японии и Австрии бюджетное финансирование при увеличении альтернативных доходов не уменьшается, а в странах Азии, Африки, Южной Америки, Восточной Европы наблюдается тенденция к приватизации высшей школы, и бюджетное финансирование сокращается по мере увеличения альтернативных источников.

2. Экономическая модель образования, основой которой является концепция гуманного капитализма, или активного государства, выраженная в трудах Дж. Шумпетера, Ф. А. фон Хайека и других, предполагает постепенное сокращение государственного финансирования в расчете на одного студента с одновременным увеличением доли частного финансирования, и в первую очередь за счет самих обучающихся. Предполагается частичная приватизация вузов, совместное управление деятельностью высшей школы всеми вовлеченными сторонами. Такая практика распространена в Великобритании, Испании и Италии.

3. Финансово-экономическая модель образования, исходящая из главенствующей роли государства в финансировании профессионального образования. Данная модель в своей основе разработана исследовательским профсоюзом Европы в Брюсселе. В данной модели государство призвано взять на себя

финансирование высшего образования за счет повышение налогообложения бизнеса.

Отдельно остановимся на опыте США как ведущей экономики мира и обобщим данные по существующим там моделям:

1. Студенческие займы – кредиты Стаффорда. Имеется субсидиарная форма (проценты оплачивает правительство) и не субсидиарная (оплачивается заемщиками самостоятельно). Процентная ставка составляет 4,66% на 2014–2015 учебный год, с комиссией по кредиту в размере 1,072%. Это дешевле, чем размер процентной ставки Федерального родительского займа (Federal Parent PLUS loan), который составляет 7,21%, с комиссией по кредиту – 4,288%.

2. Студенческие займы – кредиты Перкинса – предназначены для студентов с финансовыми трудностями. Кредитором является вуз, финансируемый государством: 9–12 месяцев отсрочки платежа, 10 лет погашения. Объем определяется отделом финансовой помощи университета. Процентная ставка на 01.01.2014 г. составляет 5 % [3, 6].

3. Родительские займы – внешний кредит для совместного финансирования образовательных программ их детей, использующих федеральные образовательные кредиты. Данный займ получают родители студента сроком на 10 лет и с отсрочкой в 2 месяца с момента получения. Каждый месяц взнос получает высшее учебное заведение. Риски полностью на плечах родителей. Процентная ставка составляет 7,21%, с комиссией по кредиту – 4,288%

4. Частные займы, служащие для ликвидации разрыва в стоимости обучения и ограничениям по образовательным кредитам, являются формой потребительского кредита. Соответственно, лимиты и ставки здесь определяются как для потребительских кредитов как таковых.

5. Консолидированный кредит представляет собой комбинацию нескольких из вышеперечисленных типов обучения, полученных от одного кредитора, и служит для сокращения выплат за счет увеличения срока выплат до 12–30 лет. Средняя величина ставок объединяемых кредитов, округленных в большую сторону, – не более 8,25%.

Кроме того, опыт США в побуждении спроса со стороны абитуриентов на ряд социально востребованных специальностей и

программ выглядит крайне привлекательным, например, первая федеральная программа образовательных кредитов в США развивала интерес к образовательным программам подготовки медицинских работников и инженеров. Опыт адресного стимулирования отдельных сфер может быть полезен для сегодняшней России, когда премьер-министр Д. А. Медведев поставил задачу возвращения прежней престижности техническим специальностям.

Подводя итог, важно заметить, что начавшийся в сентябре 2008 г. мировой финансовый кризис выявил новые проблемы. Несмотря на правильную систему образовательного кредитования она дала сбой. Среди должников по кредитам на образование абсолютное большинство составляли те, кто собирался или уже вышел на пенсию. Их общий долг приближался к 36 млн долларов.

Так государство возложило всю ответственность на себя за невозвраты кредитов, в связи с этим именно налогоплательщики вынуждены были оплачивать огромный долг. Исход был плачевным: обострилась проблема бюджетного дефицита, составляющего 1,3 трлн долларов.

На настоящий момент опыт последнего финансового кризиса требует формирования банками совместно с государством и самими вузами специальных фондов, создаваемых в условиях финансового благополучия, средства которых могут пойти на покрытие затрат банков по образовательным кредитам в условиях возможного финансового кризиса. Таким образом, зарождающаяся российская система образовательного кредитования должна учесть все возможные проблемы, выявленные мировой практикой, и по возможности избежать их негативного влияния на обеспечение доступности высшего образования. При этом

некоторые интересные методы, уже апробированные в США и других странах, можно заимствовать, предварительно адаптировав их к российским условиям.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шестаков Д. Как помочь студенту осилить обучение? [Электронный ресурс] // Известия науки. – 2006. – Режим доступа: <http://www.inauka.ru/education/article41169.html>.
2. Johnstone B. Student loans in International Perspective: Promises and Failures, Myths and Partial Truths. The Center for Comparative and Global Studies in Education, University at Buffalo [Электронный ресурс]. – 2001. – Режим доступа: <http://www.gse.buffalo.edu/org/IntHigherEdFinance/textForSite/StudentLoanInternatFinal>.
3. Vincent-Lancrin S. Cross-border higher education: Trends and Prospects // International Organizations Research Journal. – 2013. – № 1(40). – P. 199–263.
4. Woodhall M. Student Loans in Higher Education: International Experience // University Management: Analysis and Practice. – 2006. – № 3. – P. 37–38.
5. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.staffordloan.com>.
6. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.studentloannetwork.com/federal-student-loans/perkins.php>.

Камионка Варвара Владимировна, ст. преподаватель, аспирант, ЧОУ ДПО «Лингвоэксперт», ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский институт гуманитарного образования»: Россия, 190020, г. Санкт-Петербург, ул. Лифляндская, 4.

Тел.: (812) 593-47-25

E-mail: barbara_kam@mail.ru

INTERNATIONAL EXPERIENCE OF EDUCATION LOANS

Kamionka Varvara Vladimirovna, senior lecturer, postgraduate student, "Lingvoexpert" private educational institution, St. Petersburg institute of humanities education. Russia.

Keywords: *loans, educational system, free market, state control, loan, credit.*

The article is devoted to the analysis of education loans in world practice. It distinguishes several basic models of education loans which presuppose the retainment of a certain level of state influence.

РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ КАК ФОРМА ИННОВАТИЗАЦИИ КАНАЛОВ КОММУНИКАЦИИ В ИНФРАСТРУКТУРЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

М. П. ПОСТАЛЮК, А. Е. ПРОКОПЬЕВ

Казанский кооперативный институт (филиал)

АНОО ВО Центросоюза РФ «Российский университет кооперации»,

г. Казань, Республика Татарстан

Аннотация. Статья посвящена вопросам развития интернет-рекламы как формы инноватизации каналов коммуникации в структуре современной российской экономики. Авторами статьи проанализированы ключевые преимущества каналов интернет-рекламы по сравнению с традиционными методами маркетингового продвижения. В статье рассматриваются инструменты интернет-маркетинга по воздействию на пользователя и стимулированию продаж. Особое внимание обращается на возможность сегментирования пользователей по различным социальным, возрастным и поведенческим признакам (таргетинг).

Ключевые слова: Интернет, реклама, маркетинг, маркетинговое сегментирование, таргетинг, маркетинговые коммуникации.

Интернет является маркетинговым и рекламным каналом коммуникации. Рынок интернет-рекламы более динамичен в развитии, по отношению, например, к электронной коммерции. В 2013 г. общий объем рынка рекламы в Интернете (по данным Ассоциации коммуникационных агентств России) составил свыше 71 млрд руб., по сравнению с 2012 г. рост составил около 27%. Рынок интернет-рекламы стремительно обходит по эффективности, а следовательно, и по объему закупок, такие конкурентные коммуникационные каналы, как радио и наружная реклама.

По процентным соотношениям объем рынка, как показано на рисунке 1, занимает второе место, уступая лишь телевидению. Многие рекламодатели, особенно в тех областях, где появились государственные запреты и ограничения на рекламу (табачные изделия, алкогольная продукция), обратили свой взор в сторону интернет-рекламы. В 2012 году аудитория «Яндекса» впервые превысила аудиторию Первого канала. Так, в апреле этого года на поисковый сервер «Яндекса» зашло 19,1 млн посетителей, количество зрителей Первого канала при этом составило на 1 млн меньше. По данным TNS, разница между пользователями Интернета и зрителями составила 30,5 и 29,5 млн человек, разница не в

пользу телевидения. Однако, по данным опроса, проведенного «Левада-Центр», большинство населения попрежнему новости узнает из телевидения и отрыв довольно существенный – 72 и 14% соответственно [2].

По скорости развития рынок интернет-рекламы существенно опережает прочие рекламные рынки. Динамика развития очень стремительная. Такой рост обеспечивает возможность отслеживания эффективности вложенных средств, что в других рекламных каналах недостижимо. Также интернет-реклама обладает возможностью сегментации пользователей по возрасту, полу, географическому положению, истории поисковых запросов, как, например, в таргетинге, что невозможно сделать в других каналах коммуникаций. Современные технологии таргетинга позволяют демонстрировать пользователям Сети отдельное рекламное предложение, что существенно повышает его эффективность и прямой отклик. В интернет-рекламе есть возможность отследить действия пользователя, пришедшего по рекламному запросу, на сайте по технологии «вебвизор». Росту интернет-рекламы способствовал и тотальный запрет рекламы табачных изделий и алкоголя в СМИ и на ТВ. Однако региональное развитие интернет-рекламы еще впереди. Но пока на

ОБЪЕМЫ РЫНКА РЕКЛАМЫ ПО СЕГМЕНТАМ

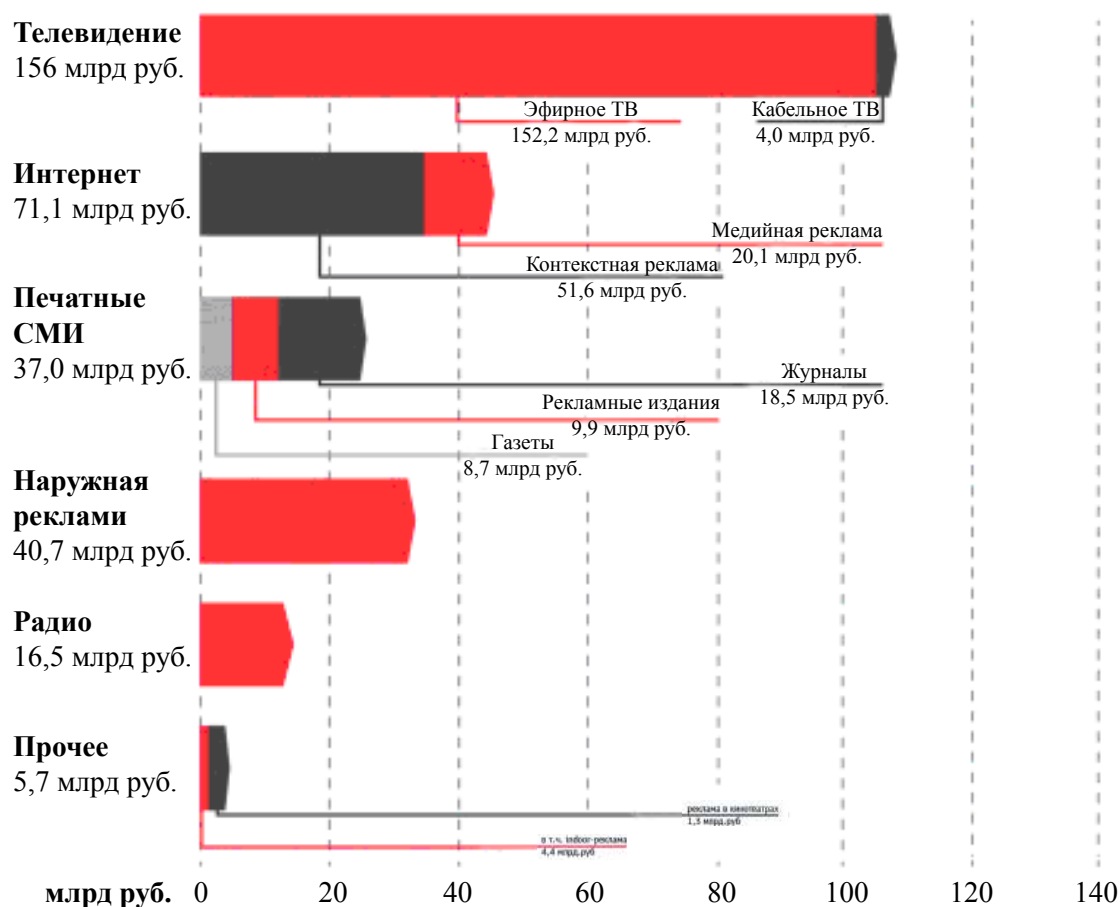


Рисунок 1. Структура рекламного рынка России в 2013 г.

этом уровне экономики предпочитают размещать рекламу «по старинке» в местной прессе. Развитие интернет-рекламы как формы инноватизации каналов коммуникации в инфраструктуре российской экономики – это вопрос времени. Уже начинают появляться небольшие региональные локальные агентства интернет-рекламы. К тому же уже во многих регионах России уровень предоставления широкополосного доступа в Интернет очень высок.

На современном этапе развития интернет-рекламы на рынке наблюдается насыщение, что приводит к замедлению темпов роста. Так, 2012 г. рост рынка контекстной рекламы составил 35%, а в 2011-м он был 56%. Согласно с этим утверждением и официальная финансовая отчетность крупнейших компаний, предоставляющих услуги контекстной рекламы. Например, по итогам III квартала 2013 г., консолидированная выручка составила 10,2 млрд руб., что на 40% превышает

аналогичный показатель прошлого года [3]. Количество новых рекламодателей у поисковой системы «Яндекс» превысило 251 тыс. клиентов, что на 24% выше показателя 2012 г. В 2013 г. компания «Яндекс» предложила впервые своим клиентам – интернет-магазинам новую модель рекламы – с оплатой за конкретные действия покупателя (Cost Per Action).

Если сравнивать особенности рекламы в Интернете с такими рекламными каналами, как радио, телевидение, наружная реклама (щиты 3 x 6), реклама в прессе, – то окажется, что интернет-реклама имеет ряд серьезных преимуществ. Основные из них: возможность трансляции на определенную целевую аудиторию и минимальная стоимость за контакт с клиентом. Настройки рекламных кампаний в Интернете доступны и легко управляемы с любого домашнего компьютера или мобильного устройства. Кроме того, ведение рекламной кампании требует минимальных знаний и навыков, при должном изучении настроек,

управлять ими можно самостоятельно, без привлечения агентства. Система управления кампанией позволяет отследить всю цепочку действий пользователя – от показа рекламного объявления до совершения набора определенных действий (покупка в интернет-магазине, заполнение регистрационной формы и т. д.).

Особенности преимущества рекламы в Интернете вполне очевидны. Среди пользователей Интернета людей с высшим образованием на 49% больше, чем в целом по России, при этом эти пользователи обладают высокой покупательской способностью, ведут активный образ жизни, интересуются новинками фильмов, книг, предметов быта, одежды, обуви. Среди аудитории Интернета 17% пользователей обладают покупательской способностью выше средней, а значит, их интересуют товары высшей ценовой группы, предметы роскоши, дорогостоящие путешествия, автомобили, недвижимость, банковские вклады [4].

Наиболее важным качеством интернет-рекламы является возможность таргетинга медийной и контекстной рекламы. Таргетинг (в пер с англ. *target* означает «цель») – это система фильтрации целевой аудитории при показах рекламы определенной группе посетителей. Настройка таргетинга включают в себя следующие возможности подобной фильтрации:

- отбор аудитории по возрасту, половой принадлежности, сфере интересов. Эти настройки применяются в социальных сетях («ВКонтакте», «Одноклассники», «Мой мир»), которые отслеживают поведение пользователя по этим признакам;

- демонстрация рекламных сообщений только уникальным посетителям. При таком методе таргетинга реклама показывается одному пользователю необходимое количество раз. При этом необходимо учитывать, чтобы частота показа не оказалась слишком назойливой, но при этом была замечена пользователем. Показ рекламы должен основываться на уникальном IP-адресе каждого пользователя;

- таргетинг по географическому положению пользователя. При подобной фильтрации происходит показ рекламного сообщения жителям определенного региона или города. Это очень важный метод отбора для локальной рекламы. Скажем, организация оказывает услуги строительства только в своем городе. При этом пользователю из другого региона не бу-

дет показываться реклама, даже по аналогичному запросу в поисковой системе;

- таргетинг по временному признаку. Такой вид таргетинга используется, когда необходимо показать рекламное сообщение в определенные дни недели или точное время суток. Используется при рекламе на рынках b2b, когда требуется демонстрация только в определенное время, при рекламе детских товаров, товаров для молодых мам;

- таргетинг по поведенческому признаку. В этом случае отслеживаются действия пользователя на разных сайтах, выясняются его цели поиска. Например, человек ищет определенную бытовую технику, тогда ему показываются рекламные объявления магазинов, где ее можно приобрести.

Большинство рекламных площадок русскоязычного Интернета предлагают различные варианты применения таргетинга, увеличивая стоимость рекламы на 20–30%. Логика в этом есть, так как применение таргетинга в разы повышает эффективность рекламной кампании [5].

Подводя итоги развития и становления интернет-рекламы как формы инноватизации каналов коммуникации в инфраструктуре российской экономики, можно сделать следующие выводы. Во-первых, Интернет как канал коммуникации и как средство продвижения бизнеса демонстрирует высокую эффективность, по сравнению с другими каналами коммуникаций. Во-вторых, покупатели получили крайне быстрый и удобный способ получения информации и товарах и услугах. В-третьих, опыт тех компаний, которые обратились первыми к средствам интернет-продвижения бизнеса, показал всю значимость и верность выбранного направления. Обороты на рынках Интернета, электронной коммерции за короткий период выросли многократно и демонстрируют стабильный устойчивый рост.

Одним из важных инструментов роста и развития любого бизнеса стал маркетинг и продвижение в сети Интернет. Реклама в Интернете не только стала самостоятельным бизнесом. Интернет-маркетинг дает множество эффективных инструментов и методов воздействия на пользователя и в стимулировании продаж. Инструменты интернет-рекламы разнообразны и крайне доступны: контекстная реклама, реклама в социальных сетях, баннерная реклама, обмен ссылками,

размещение в каталогах. Кроме вышеперечисленного, наличие собственного сайта как рекламного инструмента становится обязательной задачей практически для любого направления бизнеса. Коммерческая организация, имеющая собственный сайт в Интернете и занимающаяся его продвижением, имеет ряд серьезных конкурентных преимуществ: более низкая цена рекламного обращения, гораздо больший охват аудитории по сравнению с традиционной рекламой, более быстрое воздействие на определенную целевую аудиторию. К тому же инструменты интернет-продвижения очень эффективны как обратные коммуникации с потребителем. С их помощью можно отслеживать действия пользователя на сайте, получать быстрые отзывы о качестве товаров и оказываемых услугах. В результате проведенных рекламных кампаний, на основании полученных данных подводятся итоги, определяется, какие изменения необходимо внести в бизнес-процессы.

Статья подготовлена на основании отчета АКАР «Объем рынка маркетинговых коммуникаций России в 2013 г.» и в рамках проекта проведения научных исследований №14-12-16009 а/В.

ЛИТЕРАТУРА

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru>.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.levada.ru>.
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://company.yandex.ru>.
4. Баранов А. Е. 3 правила успеха интернет-маркетинга – М. : РИОР, 2011. – 232 с.
5. Скотт Д. М. Новые правила маркетинга и PR: Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем. – М. : Альпина Паблишер, 2013. – 349 с.

Посталюк Михаил Петрович, д-р экон. наук, профессор, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Прокопьев Алексей Евгеньевич, директор по маркетингу, рекламе и PR топливной компании, аспирант кафедры «Экономика и управление», Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (843) 272-80-91

E-mail: Mp44@mail.ru

DEVELOPMENT OF INTERNET-ADVERTISING AS THE FORM OF INNOVATIZATION OF COMMUNICATION CHANNELS IN THE INFRASTRUCTURE OF RUSSIAN ECONOMY

Postalyuk Mikhail Petrovich, Dr. of Econ. Sci., Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”). Russia.

Prokopyev Aleksey Evgenievich, marketing, PR and advertising director of a fuel company, postgraduate student of “Economics and management” department, Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”). Russia.

Keywords: *Internet, advertising, marketing, marketing segmentation, targeting, marketing communications.*

The work is dedicated to the problems of the development of Internet-advertising as the form of innovatization of communication channels in the structure of modern Russian economy. The authors analyze the key advantages of Internet-advertising channels in comparison to the traditional methods of marketing promotion. The article studies the tools of Internet-marketing according to their influence on the user and the stimulation of sales. Special attention is given to the possibility of users’ segmentation on the basis of various social, age and behavioral parameters (targeting).

ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

*И. С. БЕЛИК, Н. В. СТАРОДУБЕЦ, К. Е. ЯРОШУК
ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет
им. первого Президента России Б. Н. Ельцина»,
г. Екатеринбург*

Аннотация. Статья посвящена теоретическим вопросам определения качества жизни населения. Авторами обоснована необходимость учета экологического и энергетического факторов в оценке качества жизни населения, даны соответствующие предложения по совершенствованию методики Совета по изучению производительных сил.

Ключевые слова: качество жизни населения, устойчивое развитие, агрегированные показатели, энергосбережение.

В последнее время такой параметр, как «качество жизни», используется учеными и политиками для комплексной оценки социального и экономического прогресса стран и отдельных регионов, много внимания уделяют ему и международные организации. При этом возникают вопросы, связанные с критериями, определяющими качество жизни, особенно в контексте перехода к устойчивому развитию и формирования «зеленой» экономики. Ограничением движения к экологически устойчивой экономике является рост благосостояния людей за счет потребления ресурсов (энергетических, биологических и пр.), сопровождающийся антропогенным воздействием [1].

Другими словами, достижение социального и экономического прогресса, оцениваемого с помощью такого параметра, как *качество жизни*, должно базироваться на относительно более низких темпах ресурсопотребления и уменьшении деградации окружающей среды. В этой связи актуальность приобретают вопросы определения и оценки влияния экологического и энергетического факторов на показатели качества жизни населения и уровня жизни.

Вопросы качества жизни стали актуальными на Западе с середины 1960-х гг., когда возникли предпосылки формирования постиндустриального общества. Существенным достоинством показателя качества жизни является возможность анализа динамики его из-

менений за отдельные периоды наблюдения и отображение вектора развития общества. Кроме того, он дает возможность анализировать отдельные компоненты качества жизни, которые при их сведении воедино могут нивелироваться и не отражать существующие проблемы в отдельных сферах жизнедеятельности населения.

На сегодняшний день существуют многочисленные подходы к оценке качества жизни, которые включают такие известные зарубежные методики, как *Индекс измерения качества жизни Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР)*, *Индикатор Комиссии ЮНЕСКО по народонаселению и качеству жизни*, *Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП)*, предлагаемый Программой развития ООН и др., и отечественные методики (А. П. Егоршина и А. К. Зайцева; С. А. Айвазяна [2]; В. Ф. Безъязычного и Е. В. Шилкова [3]; Совета по изучению производительных сил [4] и др.).

В перечисленных методиках авторы приводят и дают оценку различным сферам жизнедеятельности людей, которые, по их мнению, влияют на качество жизни, но объединяющим началом всех методик является материальная составляющая качества жизни, для оценки которой используются показатели, связанные с материальным благополучием, такие как ВВП на душу населения, индекс доходов населения, количество автомобилей на 1000 человек населения и пр. [1]. При этом

совершенно очевидно, что природа экономического благополучия современной цивилизации во многом связана с ростом потребления ископаемых видов топлива и других невозобновляемых ресурсов, что сопровождается поступлением загрязняющих веществ в окружающую среду, включая парниковые газы. Приведенная взаимосвязь подтверждает наличие противоречия между повышением качества жизни населения и ростом антропогенного воздействия, а также потреблением природных ресурсов. Устранить его, сохраняя высокое качество жизни, возможно при условии, что потребление ресурсов не должно выходить «за пределы несущей емкости жизнеобеспечивающих экосистем» (IUCN, 1991).

На сегодняшний день, в условиях существующего влияния экологического и энергетического факторов на экономическую и социальную сферы жизнедеятельности человека, важно *выстраивать систему показателей, оценивающих качество жизни, в соответствии с принципами устойчивого развития.*

С учетом этого подхода была проанализирована наиболее универсальная методика комплексной оценки качества жизни населения в регионах России (см. табл. 1), разработанная в Совете по изучению производительных сил (СОПС) по заказу Министерства экономического развития РФ, которая охватывает все сферы, связанные с качеством жизни населения, имеет разработанную систему показателей, рассчитываемых на основании данных официальной статистики, и может применяться для оценки качества жизни как на уровне регионов, так и на уровне крупных городов.

К числу ключевых компонентов качества жизни населения в регионах и важнейших направлений его комплексной оценки отнесены: уровень доходов населения; уровень развития потребительского рынка; обеспеченность населения жильем и качество жилищных условий; состояние окружающей природной среды; обеспеченность населения основными материальными благами; уровень развития здравоохранения и образования; состояние рынка труда и миграционная привлекательность. Все они представлены в семи функциональных блоках, каждый из которых содержит частные показатели, число которых составляет 19.

Для свода разнородных частных показателей качества жизни населения в инте-

гральные индексы методика предлагает использовать формулу многомерной средней. Интегральная оценка качества жизни населения региона строится в форме относительного показателя и представляет собой сравнительную оценку современных позиций региона по всему комплексу условий и предпосылок, обеспечивающих достигнутое состояние качества жизни населения в субъектах Российской Федерации. Согласно методике сопоставление может выполняться как в сравнении с другими регионами России, так и со среднероссийским уровнем.

Результаты анализа полноты учета экологического и энергетического факторов в методике СОПС представлены в таблице 1.

Анализ влияния экологического и энергетического факторов на тестируемые сферы качества жизни населения (см. табл. 1) показывает, что лишь 3 показателя из 19 учитывают экологический фактор.

По мнению авторов, для характеристики благосостояния населения, рассматриваемого в первой сфере (описание выполнено в порядке следования, предложенного в таблице), необходимо сопоставлять уровень доходов с обязательными расходами. Поскольку, по данным РИА Рейтинг [5], расходы на оплату жилищно-коммунальных услуг могут составлять до 14% в совокупных расходах, важно отслеживать их динамику. Существенное влияние на величину таких расходов оказывает степень энергоэффективности городского коммунального хозяйства. Ссылаясь на мнение экспертов [1], можно отметить, что современное качественное жилье (обеспеченность им анализируется в третьей сфере) на сегодняшний день напрямую связано с понятием энергоэффективности жилых зданий. Одним из основных требований законодательства в этой сфере является обязательное ранжирование многоквартирных домов по уровню потребления энергоресурсов (А, В++, В+, С, D, E) и доведение до сведения граждан класса энергетической эффективности этих домов. Косвенно класс энергоэффективности дома также способен повлиять на величину расходов на оплату ЖКУ.

Обеспеченность населения материальными благами (автомобилями, бытовыми приборами длительного пользования и пр.), рассматриваемая в четвертой сфере, в первичном понимании, безусловно, характеризует качество жизни, но не достаточно соответствует

Таблица 1 – Учет влияния экологического и энергетического факторов на тестируемые сферы качества жизни*

Сфера	Показатели	Эколого-энергетический фактор
1. Уровень доходов населения	Сводный индекс реальных доходов населения	Не учтен
	Доля населения с доходами ниже величины прожиточного минимума	Не учтен
2. Уровень развития потребительского рынка	Оборот розничной торговли (с учетом уровня покупательной способности) на душу населения	Не учтен
	Объем платных услуг (с учетом уровня покупательной способности) на душу населения	Учтен косвенно
3. Обеспеченность населения жильем и качество жилищных условий	Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в целом на одного жителя	Не учтен
	Сводный индекс благоустройства жилищного фонда (интегральный индекс инженерной инфраструктуры)	Не учтен
4. Обеспеченность населения основными материальными благами	Число легковых автомобилей на 1000 человек населения	Не учтен
	Число персональных компьютеров на 100 домохозяйств	Не учтен
5. Уровень развития здравоохранения и образования	Обеспеченность врачами на 1000 человек	Не учтен
	Обеспеченность амбулаторно-поликлиническими учреждениями на 1000 человек	Не учтен
	Коэффициент младенческой смертности	Не учтен
	Доля квалифицированных кадров	Не учтен
	Число персональных компьютеров, использовавшихся в учебных целях на 1000 обучающихся	Не учтен
6. Состояние окружающей природной среды	Объем выбросов загрязняющих веществ, отходящих от стационарных источников на единицу территории с учетом плотности населения	Учтен экологический фактор
	Сброс загрязненных веществ в поверхностные водные объекты на единицу территории с учетом плотности населения	Учтен экологический фактор
	Удельный вес населения, обеспеченного недоброкачественной питьевой водой	Учтен экологический фактор
7. Состояние рынка труда и миграционная привлекательность	Уровень общей безработицы экономически активного населения	Не учтен
	Удельный вес безработных, ищущих работу 12 месяцев и более в общей численности безработных	Не учтен
	Коэффициент миграционной привлекательности региона	Не учтен

* Курсивом выделены тестируемые сферы качества жизни населения, на которые оказывают влияние экологический и энергетический факторы.

критериям устойчивого развития. Для устранения данного противоречия многими странами мира вводятся ограничения в потреблении энергии на душу населения, без ухудшения качества жизни. В частности Швейцарским институтом технологий (Цюрих) разработана концепция «Общество потребления энергии на душу населения в размере 2000 Ватт к 2050 году» (2000 Watt per capita society). Данная целевая установка будет достигаться за счет по-

вышения эффективности использования энергии, в том числе и бытовыми устройствами, автомобилями, возобновляемых источников энергии.

Существенное влияние экологический фактор может оказать на качество жизни населения путем снижения числа экологически обусловленных заболеваний населения (сфера 5). Однако имеющие место методические трудности в расчетах данного показателя по-

зволяют выполнить лишь косвенную оценку, которая может основываться на статистических данных, например: уровень снижения привлекательности для проживания на территории с экологически неблагоприятной ситуацией или снижение спроса на приобретение недвижимости на таких территориях.

Для более объективного определения качества жизни авторы предлагают расширить методику включением соответствующих показателей, что позволит скорректировать подходы к определению качества жизни населения с учетом экологического и энергетического факторов и привести его понимание в соответствие с концепцией устойчивого развития.

Применение данного подхода к оценке качества жизни на региональном уровне дает возможность акцентировать внимание на расхождении темпов роста благосостояния людей, с одной стороны, и потребления ресурсов (энергетических, биологических и пр.) и экологического воздействия, с другой стороны. В то же время его использование будет способствовать развитию процесса «дематериализации» роста благосостояния. На практике это означает, что те территории, благосостояние которых определяется исключительно высоким уровнем материального потребления, неэффективным использованием ресурсов и высоким уровнем воздействия на окружающую среду, не получают высокой оценки по показателям качества жизни, что может являться сигналом для лиц, принимающих решения, о смене приоритетов в парадигме экономического развития, с их смещением в сторону обеспечения качества роста и его устойчивости. При соблюдении этих условий, в долгосрочной перспективе такие территории способны стать центрами, где высокий уровень благосостояния людей будет сопровождаться экологически чистой окружающей средой, эффективным использованием ресурсов и соблюдением основных принципов устойчивого развития.

Исследования проводились при финансовой поддержке Российского гумани-

тарного научного фонда и Правительства Свердловской области (проект РГНФ-Урал № 13–12–66011).

ЛИТЕРАТУРА

1. UNEP (2011) Decoupling natural resource use and environmental impacts from economic growth, A Report of the Working Group on Decoupling to the International Resource Panel / M. Fischer-Kowalski, M. Swilling, E. U. von Weizsäcker, Y. Ren, Y. Moriguchi, W. Crane, F. Krausmann, N. Eisenmenger, S. Giljum, P. Henricke, P. Romero Lankao, A. Siriban Manalang, S. Sewerin. – 186 p.
2. Айвазян С. А. Интегральные индикаторы качества жизни населения: их построение и использование в социально-экономическом управлении и межрегиональных сопоставлениях. – М.: ЦЭМИ РАН, 2000. – 117 с.
3. Безъязычный В. Ф. Качество жизни : учеб. пособие. – Рыбинск : РГАТА, 2004. – 96 с.
4. Гришина И. В., Польшев А. О., Тимонин С. А. Качество жизни населения регионов России: методология исследования и результаты комплексной оценки // Современные производительные силы. – 2012. – № 1. – с. 70–83.
5. РИА Рейтинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://riarating.ru/infografika/20130702/610572024.htm>.

Белик Ирина Степановна, д-р экон. наук, профессор, ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина»: Россия, 620002, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19.

Стародубец Наталья Владимировна, канд. экон. наук, доцент, ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина»: Россия, 620002, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19.

Ярошук Ксения Евгеньевна, студент, ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина»: Россия, 620002, г. Екатеринбург, ул. Мира, 19.

Тел.: (343) 375-44-44

E-mail: irinabelik2010@mail.ru

ENERGY AND ECOLOGICAL ASPECTS OF THE QUALITY OF LIFE OF POPULATION

Belik Irina Stepanovna, *Dr. of Econ. Sci., Prof., Ural federal university named after the first President of Russia B. N. Eltsyn. Russia.*

Starodubets Natalia Vladimirovna, *Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Ural federal university named after the first President of Russia B. N. Eltsyn. Russia.*

Yaroshuk Ksenia Evgenievna, *student, Ural federal university named after the first President of Russia B. N. Eltsyn. Russia.*

Keywords: *quality of life of population, stable development, aggregated indicators, energy conservation.*

The work is devoted to the theoretic problems of determining the quality of life of population. The authors substantiate the necessity of accounting for ecological and energy factors in assessing the quality of life of population and make suggestions on improving the method of the Council for the study of productive forces.

РАЗРАБОТКА АЛГОРИТМА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЙ УСЛУГ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Р. Н. КОВАЛЕВ

Казанский кооперативный институт (филиал)

*АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. В работе исследуется система риск-менеджмента в розничной торговле на основе применения решений, необходимых в конкретный момент времени.

Ключевые слова: розничные предприятия, риски, менеджмент.

В условиях современного бизнеса риски – динамичный и постоянно развивающийся процесс, где выиграть может лишь тот, кто умеет эффективно контролировать и управлять рисками в условиях конкурентной деловой среды. С другой стороны, растущая глобальная конкуренция, увеличение свободы торговли и инвестиций в мировом масштабе, рост количества и объемов слияний ставят перед руководством компании вопросы об улучшении информированности с точки зрения рискованности позиции, а также производственной, финансовой и административно-хозяйственной деятельности компании. Одним из важных конкурентных преимуществ предприятий розничной торговли на рынке является быстрая реакция на все изменения, касаются ли они действия конкурентов или законодательства государственных органов. Изменяются и усложняются факторы риска, открываются их новые, ранее неизвестные стороны и характеристики. Риски становятся многофакторными, междисциплинарными, обладают рядом сложных внутренних зависимостей. Новые компьютерные технологии и Интернет, сложные финансовые инструменты (главным образом финансовые производные, иначе называемые деривативами), изменения и сдвиги в региональных климатических картах также ведут все большее количество компаний к созданию в своих организационных структурах специализированных служб риск-менеджмента.

Для минимизации уровня риска в сфере розничной торговли целесообразно раз-

рабатывать механизм управления рисками, включающий этапы оценки и анализа рисков. Эксперты выделяют следующие этапы управления рисками:

1. Идентификация рисков – формирование перечня, классификация, т. е. определение конкретных видов потерь, и соответственно на этой основе классификация рисков. Данный этап зависит от сферы деятельности хозяйствующего субъекта. При этом хозяйствующий субъект может использовать существующие классификации либо сам выявляет потери и риски, присущие его деятельности.

2. Оценка и анализ потерь – определение показателей оценки и методов, используемых для расчета потерь.

3. Оценка и анализ риска – определение показателей оценки и методов, используемых для расчета рисков.

Для второго и третьего этапов важное значение имеет выбор программного обеспечения расчетов, поскольку значительную роль играет применение в настоящее время автоматизированного решения задачи. Главной целью автоматизации является повышение социально-экономической эффективности управления, снижение временных, трудовых, материальных, финансовых затрат, повышение оперативности и достоверности обработки информации.

4. Оценка социального риска – выявление типов личностей людей, осуществляющих производство и принимающих решения, а так-

же склонности к риску. Определяются методы и способы выявления. Четвертый этап можно реализовать с помощью проведения анкетирования, в состав которого могут входить различные тесты для выявления типов личности и склонности к риску.

5. Анализ полученных результатов и разработка рекомендаций по снижению рисков. На пятом этапе реализации алгоритма рассчитывается сумма резервного фонда на покрытие возможных потерь.

Таким образом, при использовании алгоритма управления рисками предприятий розничной торговли можно получить данные, ко-

торые позволят ему: выявить виды продукции, по которым отмечаются значительные потери, и установить, в результате отрицательного влияния каких факторов эти потери образуются; определить рискованные виды продукции и при высоком, критическом и катастрофическом уровне риска принять меры по снижению уровня риска в случае необходимости производства данных видов продукции или отказаться от производства и реализации данных видов продукции, если без них предприятие может обойтись; быть готовым к возможным потерям в будущем году за счет создания резервного фонда на покрытие возможных потерь.

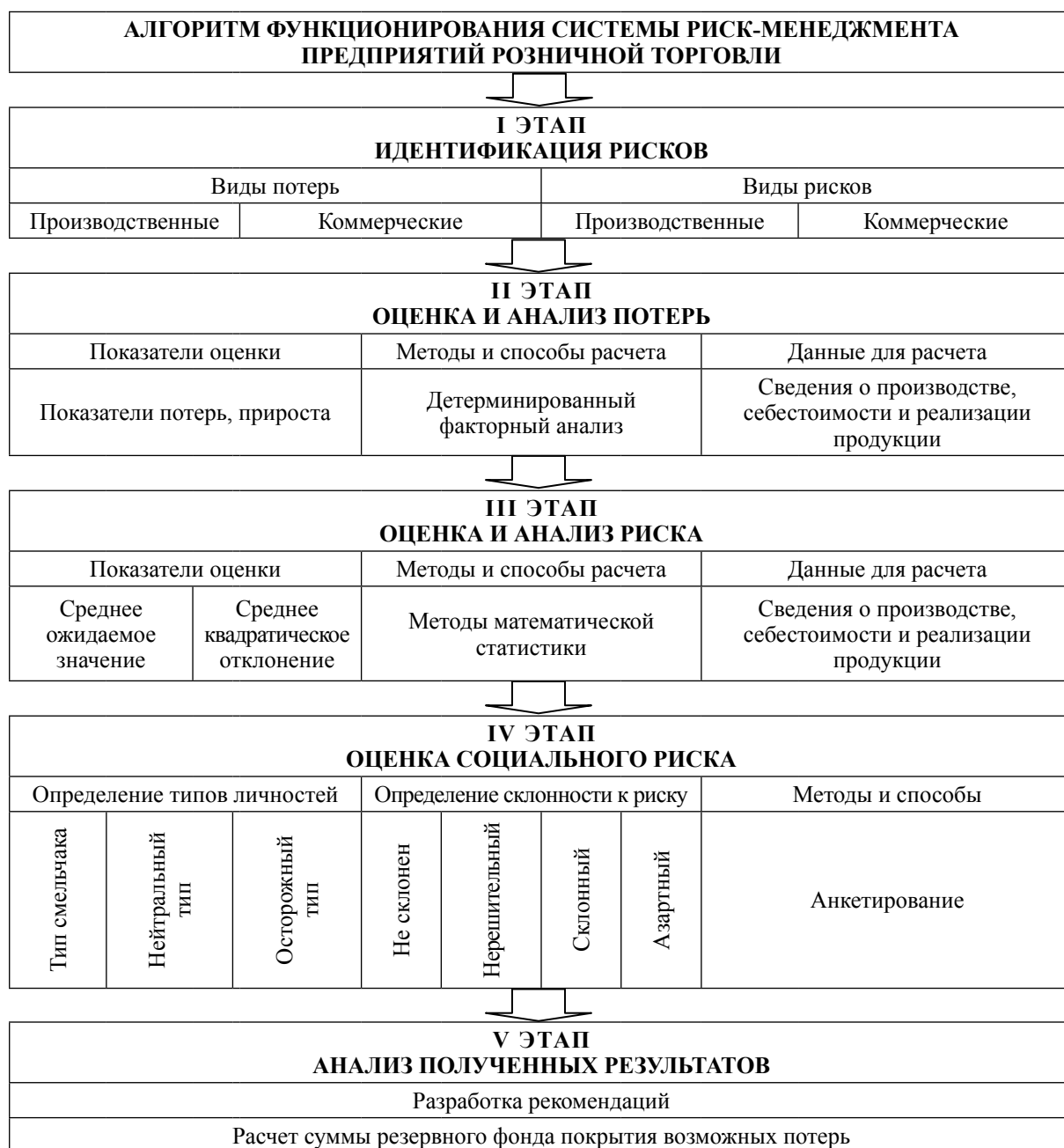


Рисунок 1. Алгоритм управления рисками розничной торговли

Алгоритм управления рисками представлен на рисунке 1. Эффективность управления рисками во многом зависит от способов и методов контроля. Постоянный надлежащий мониторинг реализуемой политики управления рисками позволит анализировать эффективность используемых мероприятий для снижения степени риска, обеспечить требуемый уровень информации, накапливать необходимые знания и опыт для последующих шагов принятия решений при анализе и оценке риска, а также разрабатывать методы и способы дальнейшего эффективного управления.

В связи с тем что проблем, связанных с эффективным управлением рисками, на предприятиях много, без обоснованного учета и оценки риска при принятии управленческих решений сегодня уже не обойтись. При этом вся тяжесть ответственности за принятое решение ложится на руководителей бизнес-подразделений и топ-менеджмент компании. Им часто приходится работать в новых условиях и в неизвестной ситуации, характеризующейся высокими рисками, противоречиями, постоянными и неожиданными изменениями.

Понимание воздействия риска поможет провести более полный анализ затрат и результатов, минимизировать неприятные неожиданности, максимально использовать возможности и облегчить решение проблем, стоящих перед компанией. Методы выявления и анализа рисков и управления ими позволят выработать рекомендации по формированию и совершенствованию системы управления предпринимательским риском. В настоящее время теория управления риском рассматривается как целостная система знаний, которые характеризуются логической зависимостью и взаимосвязью между доходами и финансо-

вой устойчивостью в определенных границах риска для достижения целей экономических субъектов. Анализ литературных источников показал, что большинство экономистов рассматривают управление риском как способ снижения риска. Однако при комплексном подходе к построению системы управления рисками в условиях выбора финансовой стратегии, на наш взгляд, важно разработать принципы обеспечения конкурентоспособности и финансовой устойчивости предприятия в условиях изменяющейся внешней среды. Поэтому риск, сопровождающий функционирование предприятия, следует рассматривать не только как негативное явление, но и как возможность роста предприятия как субъекта рынка. В зависимости от масштабов его деятельности в определенный период времени управление рисками может быть построено по-разному.

ЛИТЕРАТУРА

1. Валеева Ю. С. Особенности инновационной деятельности российских торговых сетей // Вестник Хабаровской государственной академии экономики и права. – 2010. – № 3. – С. 10.
2. Чкалова О. В. Характеристика розничных торговых предприятий в России и за рубежом // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 4.

Ковалев Руслан Николаевич, аспирант, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (843) 297-27-97

E-mail: rnk500@mail.ru

DEVELOPING THE ALGORITHM OF THE FUNCTIONING OF RISK MANAGEMENT SYSTEM OF RETAIL TRADE ENTERPRISES

Kovalev Ruslan Nikolaevich, postgraduate student, Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation"). Russia.

Keywords: retail enterprises, risks, management.

The work studies the system of risk management in retail trade on the basis of implementing decisions necessary at this specific point in time.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ УСЛУГИ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Ю. С. ВАЛЕЕВА

Казанский кооперативный институт (филиал)

АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»

г. Казань, Республика Татарстан

Аннотация. В работе исследуется практическое применение розничными торговыми предприятиями современных форм управленческих технических решений.

Ключевые слова: розничные предприятия, торговля, инновации.

Каждый этап исторического развития общества характеризуется внедрением инноваций. Следует отметить, что в развитии торговых предприятий все большее значение имеют инновации нематериальной природы, которые касаются того, как продвинуть новый товар на рынок, как сформировать стратегию развития предприятия, как осуществить коммуникации и взаимодействия между сотрудниками, как сформировать структуру управления, какие новые организационные решения применить, как осуществлять повышение квалификации кадров, каким образом привлекать финансовые ресурсы. Учитывая взаимосвязь конкурентоспособности и инновационных технологий, а также рыночную, потребительскую направленность торговли, конкурентное преимущество современного торгового предприятия представляет собой концентрированное проявление превосходства инновационного подхода в стратегии и тактике бизнеса (маркетинговой, экономической, технологической, организационной и других сферах деятельности) с целью более эффективного удовлетворения потребностей покупателей.

Следует отметить, что значительное влияние вышеуказанные инновации оказывают на деятельность торговых предприятий, реализующих специальные программы по повышению эффективности их деятельности. Так, торговая сеть X5 Retail Group провела работу по снижению энергопотребления через применение инновационных технологий в оборудовании. На работу компрессорных установок

приходится более 50% электроэнергии в супермаркете, торгово-холодильного оборудования и холодильных камер. Рациональный подход к решению вопроса энергосбережения позволил торговой компании уменьшить издержки на электроэнергию. К энергосберегающим технологиям (экономия 20–30% в процессе эксплуатации), используемым в современных моделях торгового оборудования, можно отнести: стеклянные раздвижные крышки на бонетах и горках, автоматические ночные шторы на пристенных горках, шторы на холодильных витринах; двойные воздушные шторы и фронтальные стекла-воздухоотбойники на горках; энергосберегающие и светодиодные подсветки, энергосберегающие вентиляторы; энергоэффективную оттайку (горячим газом).

За счет использования электронных регулирующих вентилях в торговом холодильном оборудовании вместо механических компания достигла расчетного энергосбережения при эксплуатации объекта в 1720%, с расчетным сроком окупаемости в 3 года и расчетным удорожанием (РУ) комплекта оборудования на магазин 1200 кв. м – 10%. В настоящее время идет апробация данной системы в процессе работы магазина посредством переключения между системами и фиксацией энергоэффективности обеих систем. Система рекуперации тепла позволяет использовать теплоту перегрева от компрессоров на нагрев теплоносителя (воздуха, воды и т. п.). Расчетный срок окупаемости – 2 года при условии потребления горячей

воды на объекте не менее 700 л/день, PУ – 8%. Данная технология смонтирована в супермаркете «Перекресток» в Павловской Слободе.

Использование частотных преобразователей на компрессорах и воздушных конденсаторах позволило повысить эффективность системы и снизить эксплуатационные расходы путем точного и стабильного поддержания давления всасывания и нагнетания. Расчетный срок окупаемости – полтора-два года, PУ – 1,5–2%. Данная технология совместно с ЭРВ смонтирована на распределительном центре X5 Retail Group в Ростове-на-Дону.

Применение новой системы мониторинга от организации Carel – PlantVisorPRO Advanced позволило не только управлять электропотреблением всего холодильного оборудования, но и удаленно контролировать инженерные коммуникации объекта из любой географической точки и оперативно реагировать при авариях. При этом энергосбережение составило 10%, срок окупаемости – 2 года, PУ – 1%. Данная технология смонтирована и действует на многих объектах сетей «Монетка», X5 Retail Group. Актуальны установки с использованием углекислоты. Каскадные холодильные установки с хладагентами CO₂ и R134a позволяют снизить расчетное электропотребление до 20%. Данная технология в России в розничных торговых сетях еще не применялась, но она успешно функционирует на объектах Tesco (Будапешт), Pak'n Save (Новая Зеландия), срок окупаемости – 4 года.

Среди проблем, тормозящих инвестиции в энергосбережение в России, можно отметить недостаток долгосрочных финансовых ресурсов и компетенции у компаний в опыте реализации таких проектов. Но некоторые крупные организации уже приступили к реализации собственных программ энергосбережения. Необходимо отметить и инновации на кассовой линии, применяемые компанией «Ашан». В торговом зале кассовая линия заменена терминалами самостоятельной оплаты. Покупатель с помощью сотрудника магазина считывает штрих-коды товаров в тележке и получает распечатанный на принтере талон. Затем проходит к автоматической кассе, где оплачивает покупку и получает из автомата сдачу. Терминалы самообслуживания значительно (до 30%) увеличивают скорость обслуживания. При этом нельзя не отметить технические инновации, улучшение противокражного оборудования, повышение уровня детекции защитных датчиков. Так, например, в современных

противокражных системах активно применяются цифровые технологии, улучшающие обработку сигнала, качественно фильтрующие помехи. Одна из новинок последних лет – технология Noise Memory, реализованная в системах Detex Line: при появлении сильной помехи в эфире на протяжении более чем 30 с противокражная система анализирует ее, запоминает параметры и в дальнейшем просто перестает на нее реагировать. Это очень полезная функция в торговых центрах, где в непосредственной близости может располагаться большое количество систем различных производителей, влияющих друг на друга, и иного оборудования, которое может создавать помеху работе систем. Благодаря технологии Noise Memory риск ложных срабатываний сводится практически к нулю. Исследуя нематериальные торговые инновации, акцентируем внимание на востребованности программы лояльности клиентов. Например, компания «М.Видео», реализуя программу лояльности «М.Видео-Бонус», повысила товароборот сети по средством увеличения средней суммы чека за счет большего количества покупателей – участников данной программы. Основным вопросом розничных сетей в период снижения покупательской активности является совершенствование внутренних бизнес-процессов. Повысить производительность труда и снизить издержки на складе возможно за счет информационных технологий. Наглядным примером инновационного решения для сетевой торговли является прикассовое взвешивание, то есть отказ от использования весов в торговом зале. Прикассовое взвешивание товара способствует сокращению численности персонала в торговом зале.

Инновации позволяют : увеличить объемы продаж, внедрить логистический подход к оптимизации затрат, повысить уровень конкурентоспособности организации за счет внедрения технологических новаций, предоставить полную информацию потенциальным потребителям, повысить производительность персонала, улучшить показатели финансово-экономической деятельности, увеличить прибыльность организации.

Результаты инновационной деятельности: улучшение качества продукции, услуг; расширение ассортимента продукции, видов услуг; увеличение рыночных позиций; следование современным правилам и международным стандартам и др. Следует отметить, что, по нашему мнению, одним из основных условий необходимо наличие эффективной системы маркетинга для вне-

дрения торговых инноваций. В настоящее время инновационное развитие торговли свойственно современным форматам торговли, к которым в мировой практике относят гипермаркеты, супермаркеты, магазины «Кэш & Керри», дискаунтеры. Наблюдается динамика в инновационном развитии предприятий торговли в последние годы, например, затраты организаций торговли на информационно-коммуникационные технологии в 2010 г. составили 28 139,9 млн руб., что на 7% больше чем в 2009-м. Перспективы развития розничной торговли обусловлены внедрением различных технологий, таких как биометрическая оплата посредством отпечатков пальцев, получение консультаций о товарах и совершение сделки с помощью голографических продавцов, шоппинговая социальная сеть и организация совместных закупок, трехмерное сканирование покупателя для подбора оптимального размера одежды и обуви. Акцентируем внимание на том, что внедрение инноваций в розничную торговлю сопровождается рядом нерешенных вопросов: необходимостью соблюдения социального баланса (инновации предполагают сокращение рабочего времени и мест), высокие затраты на модернизацию оборудования, торгового зала, нехватка квалифицированных топ менеджеров.

Приход на российский рынок торговой отрасли зарубежных ритейлеров повлиял на изменение стратегических приоритетов логистики розничных предприятий, а именно внедрение цепочек поставок. Взаимодействие между контрагентами в цепях поставок предлагается осуществлять с учётом принципов категорийного менеджмента.

Таким образом, проанализировав систему управления торговых компаний, сформулируем следующие выводы. Каждая торговая компания стремится к увеличению доли рынка. Внедряя информационные технологии, оптимизируя бизнес-процессы, организации стремятся

к повышению уровня конкурентоспособности. Внедрение инновационных подходов позволяет повысить эффективность коммерческой деятельности предприятия. В сложившейся ситуации ключевой проблемой является снижение лояльности персонала организации. Лояльность клиентов меняется в течение времени, т. к. клиенты мимикрируют, т. е. приобретают товары разного диапазона цен. Увеличение доли рынка достигается компаниями вследствие внедрения инноваций в систему управления (оптимизация логистических издержек, увеличение собственной торговой марки, внедрений инноваций на сокращение постоянных затрат, использование новых форматов обслуживания и т. д.).

ЛИТЕРАТУРА

1. Валеева Ю. С. Особенности инновационной деятельности российских торговых сетей // Вестник Хабаровской государственной академии экономики и права. – 2010. – № 3. – С. 10.
2. Чкалова О. В. Характеристика розничных торговых предприятий в России и за рубежом // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 4.
3. Шарафутдинова Н. С. Маркетинговые инструменты как фактор повышения конкурентоспособности российских компаний // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2013. – № 2. – С. 76–81.

Валеева Юлия Сергеевна, канд. экон. наук, доцент, проректор по научной работе, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (843) 272-80-91

E-mail: uvaleeva@rucoop.ru

PRACTICAL APPLICATION OF INNOVATIONS IN IMPROVING THE SERVICE OF A RETAIL TRADE ENTERPRISE

Valeeva Yulia Sergeevna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., vice-chancellor for research, Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”). Russia.

The work studies the practical application of modern forms of technical management solutions by retail trade enterprises.

Keywords: retail enterprises, trade, innovations.

**SWOT-АНАЛИЗ: АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВНУТРЕННЕЙ
И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ И ОЦЕНКА ИХ ПО СИЛЕ
ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОРГАНИЗАЦИЮ**

М. В. МУНИНА

*Филиал ФГБОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технический университет
им. А. Н. Туполева – КАИ» в г. Чистополе,
г. Чистополь, Республика Татарстан*

Аннотация. В статье представлены преимущества SWOT-анализа и необходимость его постоянного применения в целях максимально эффективного функционирования предприятия; приведены и подробно рассмотрены основные этапы проведения SWOT-анализа; обосновывается актуальность оценки факторов внутренней и внешней среды по силе воздействия; рассмотрены уровни осведомленности в условиях неожиданных изменений.

Ключевые слова: SWOT-анализ, стратегический анализ, внешняя и внутренняя среда, факторы внешней и внутренней среды, этапы SWOT-анализа, сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, сила воздействия, факторы неопределенности, уровни осведомленности, слабые сигналы, сильные сигналы, «оставшееся» время.

Сегодня для максимально эффективно-го функционирования предприятия, а иногда и просто для его выживания, необходимо постоянно адаптировать свои маркетинговую стратегию и тактику к условиям постоянно меняющейся внешней среды. Руководителям российских предприятий необходимо быстро реагировать на новые тенденции, принимая дальновидные, смелые и, самое главное, взвешенные решения, позволяющие обеспечить задел надежности для бизнеса. Однако в жесткой борьбе за успешное выживание на долгосрочную перспективу становится недостаточным использование только инструментов финансового анализа, широко применяемых на предприятиях. Появляется необходимость не просто в оперативном реагировании на изменчивость факторов внешней и внутренней среды, а в стратегическом анализе и планировании, позволяющем проводить упреждающее управление.

Однако, регулярное проведение полноценного стратегического анализа требует больших финансовых затрат, и поэтому его использование становится невозможным на средних и малых предприятиях. Но и на крупных предприятиях очень часто затраты, идущие на обследование среды функционирования фирмы, превышают экономический эффект от реализации обоснованных целей и стратегий. На интуицию менеджеров так-

же не стоит полагаться, поскольку изменчивость среды грозит предприятию снижением эффективности действий на рынке. Все это обуславливает применение на предприятиях менее дорогих методов принятия управленческих решений. Одним из таких методов является SWOT-анализ, представляющий собой качественный анализ факторов среды. Поэтому SWOT-анализ воспринимается многими российскими менеджерами как классический инструмент стратегического управления [7], позволяющий проанализировать внутренние и внешние факторы компании, оценить риски и конкурентоспособность товара в отрасли [8]. Особенно актуально применение SWOT-анализа в организациях, ориентированных на инновационное развитие, поскольку позволяет без существенных затрат провести оценку ее инновационной позиции.

SWOT – это аббревиатура слов Strengths, Weaknesses, Opportunities и Threats, что обозначает силы, слабости, возможности и угрозы соответственно. Внутренняя среда организации рассматривается с ее сильных и слабых сторон по отношению к конкурентам, а внешняя среда представляет собой потенциальные возможности и угрозы для предприятия.

Для проведения SWOT-анализа не возникает потребности в обширных базах данных

и какой-либо подготовке, поэтому его применение на предприятии не вызывает никаких затруднений. На первый взгляд любой желающий может провести анализ и разработать некоторые рекомендации для компании, собрав и проанализировав информацию о внешней и внутренней среде. Но именно эта простота и делает его легко подверженным неправильному применению. Также, недопонимая предназначения SWOT-анализа, на предприятиях его используют либо с целью недопущения кризисного состояния предприятия, либо уже в условиях кризиса, тем самым проводя его лишь поверхностно из-за сильного дефицита времени. В условиях спешки высок риск использования устаревшей и ненадежной информации, что приводит к поспешным и бессмысленным выводам, полным неопределенных и двусмысленных понятий. На самом же деле для проведения анализа необходимы не только знания экономики, но и математики, теории вероятности, статистики и так далее.

На сегодняшний день в научной литературе приведено достаточно много модификаций SWOT-анализа. Классическая методика проведения SWOT-анализа достаточно полно изложена в работах Н. Weihrich (1982), К. Фляйшера и Б. Бенсуссана (2005) [6, с. 124–138], Е. В. Богомоловой (2004; 2007) [2, 3]. Обзор же литературы последних лет позволяет выделить в SWOT-анализе следующие этапы его проведения:

- 1) определить факторы внутренней и внешней среды;
- 2) оценить выявленные факторы с помощью балльной оценки;
- 3) на основе пересечений пар факторов SWOT сформулировать стратегии развития объекта анализа [5, с. 152].

Первый этап включает в себя определение и составление списка слабых и сильных сторон организации, возможностей и угроз внешней среды. Анализ внутренней среды позволяет определить внутренние возможности и потенциал предприятия, на которые можно рассчитывать в конкурентной борьбе. В рамках изучения внутренней среды рассматриваются кадровый потенциал, производство, маркетинг, организационная структура, финансы и другое, то есть весь имущественный комплекс. Анализ же внешней среды несколько затруднен по сравнению с внутренним, поскольку находится за пределами предприятия и вклю-

чает в себя среду непосредственного окружения фирмы и макросреду. Непосредственное окружение рассматривается по поставщикам, покупателям, конкурентам и рынку рабочей силы. Макроокружение позволяет провести анализ состояния экономики, политических процессов, научно-технического уровня и других компонентов среды.

На втором этапе производится оценка внутренних и внешних факторов.

Факторы внутренней среды предприятия (B_i) предлагается оценить по шкале от 0 до 5. Максимальный балл присваивается наиболее значимому фактору, соответственно, фактору с меньшим проявлением, ставится меньший балл.

Факторы внешней среды оцениваются по двум параметрам:

– вероятность достижения события p_j – если вероятность наступления события максимальная, ставится 1. По мере снижения вероятности проявления событий происходит снижение оценки. Минимальное значение оценки 0;

– значимость фактора D_j – это степень влияния рассматриваемого фактора на деятельность предприятия. Диапазон оценок от 0 до 5, где максимальный балл проставляется фактору среды с высокой степенью влияния.

Оценки, назначенные каждому из рассмотренных факторов, заносятся в таблицу, тем самым формируя матрицу оценок. По данной матрице происходит увязка факторов внешней и внутренней среды. Происходит это с помощью сравнения пары факторов и оценки их степени взаимодействия. Обозначается b_{ij} и имеет разброс от -1 до 1 : при прямой (обратной) зависимости оценка положительная (отрицательная) и чем сильнее зависимость, тем выше оценка по модулю.

Далее происходит перемножение всех оценок по факторам B_{ij} (1):

$$B_{ij} = B_i D_j p_j b_{ij}, \quad (1)$$

где B_i – балльная оценка сильной (слабой) стороны компании; D_j – степень влияния возможности или угрозы; p_j – вероятность проявления фактора внешней среды; b_{ij} – степень взаимодействия факторов парного анализа.

Проводится оценка степени значимости каждого фактора с точки зрения разработки необходимой стратегии:

– оценка уровня благоприятных возможностей для компании:

$$W_j = \sum_{i=1}^n B_j ; \quad (2)$$

– оценка уровня конкретных угроз для фирмы:

$$W_j = \sum_{i=n+1}^m B_j ; \quad (3)$$

– оценка сильных сторон компании:

$$V_i = \sum_{j=1}^k B_j ; \quad (4)$$

– оценка слабых сторон компании:

$$W_j = \sum_{i=k+1}^r B_j . \quad (5)$$

Итоговая SWOT-матрица содержит суммы взвешенных оценок. Выбор в пользу наиболее значимого с точки зрения стратегии квадранта делается исходя из максимальных по модулю количественных оценок.

После присвоения оценок факторам и проведения необходимых расчетов в каждой зоне матрицы получаем варианты стратегических действий, а значит можно переходить к третьему этапу анализа и формировать матрицу стратегий предприятия [1].

По мнению автора статьи, в приведенной методике оценка факторов может искажаться, поскольку не учитывается время наступления возможного события. В анализ следует ввести дополнительную матрицу силы воздействия каждого из факторов, что позволит получить

более точные взвешенные оценки. Такая необходимость возникает в связи с тем, что менеджеры организаций при принятии управленческих решений, разработке и реализации стратегий вынуждены работать в условиях динамично меняющейся среды, где переменными факторами являются действия конкурентов, колебания деловой активности, наличие сырья, требования рабочих и так далее. В этих условиях становится первостепенным своевременно реагировать на постоянные изменения [4].

Для оценки силы воздействия определено пять уровней осведомленности (табл. 1). На самом высоком пятом уровне возникает потребность в стратегическом планировании, поскольку информации становится достаточно для проведения данного мероприятия. Достаточность информации позволяет рассчитать последствия наступления спонтанных явлений. Какими будут последствия, позитивными или негативными, зависит от качества принятых и реализованных ответных мер.

Как видно из таблицы 1, слабые сигналы при переходе на новый, более высокий уровень крепнут и, достигая пятого уровня, превращаются в сильные. Поскольку уровень нестабильности слабого сигнала является незначительным, организация, не дожидаясь момента, когда проблема уже будет неизбежной, может подготовить эффективное управленческое решение [4]. Таким образом, при переходе на более высокий уровень осведомленности число ответов «да» увеличивается, то есть осведомленность о новой возможности или

Таблица 1 – Уровни осведомленности в условиях неожиданных изменений

Уровень осведомленности \ Объем информации	Чувство новых возможностей	Источник новых возможностей	Конкретная возможность	Конкретные ответные меры (реакция)	Конкретные результаты
	1	2	3	4	5
Убеждение в неизбежности спонтанного явления	да	да	да	да	да
Установлена область или организация, где может возникнуть спонтанное явление	нет	да	да	да	да
Имеются характеристики проблем, ее природы, масштаба и периода воздействия	нет	нет	да	да	да
Определены ответные меры: момент начала и программа действий, финансовое обеспечение	нет	нет	нет	да	да
Финансовые последствия и предпринятые меры поддаются оценке	нет	нет	нет	нет	да

угрозе растет постепенно. Важной переменной является «оставшееся время», которого может быть достаточно для принятия адекватных решений и ответных действий или, наоборот, его дефицит, приводящий к потере фирмой максимальной величины дохода.

Такой подход к проведению SWOT-анализа позволит менеджерам предприятия разрабатывать стратегии не просто с учетом внутрифирменной специфики и адаптации к внешним факторам, но и в единой связи с «оставшимся временем». Рассмотренные в статье этапы позволяют перевести SWOT-анализ из простого «качественного» метода в количественное обоснование выбора целей и стратегий, что, несомненно, повышает актуальность его применения в организациях.

Следует отметить, что SWOT-анализ, осуществляемый на постоянной основе с определенной периодичностью компетентными аналитиками, может позволить предприятию выбирать оптимальный путь инновационного развития, избегая угроз (опасностей), эффективно используя имеющиеся в его распоряжении ресурсы, реализуя предоставленные рынком благоприятные возможности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Д. В. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие. – Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с. – Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m205/9_4.htm.
2. Богомолова Е. В. Концептуальный подход к применению методики SWOT-анализа в ор-

ганизациях торговли для оценки эффективности функционирования организации // Аудит и финансовый анализ. – 2007. – № 2. – С. 88–90.

3. Богомолова Е. В. SWOT-анализ: теория и практика применения // Экономический анализ: теория и практика. – 2004. – № 17 (32). – С. 57–60.
4. Ансофф И. Стратегическое управление [Электронный ресурс] / Центр гуманитарных технологий. – М., 1989. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/4155>.
5. Майсак О. С. SWOT-анализ: объект, факторы, стратегии. Проблема поиска связей между факторами // Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии. – 2013. – № 1 (21). – С. 151–157.
6. Фляйшер К., Бенсуссан Б. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе. – М. : БИНОМ, 2005. – 541 с.
7. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.adme.ru/research/primeneniye-swot-analiza-pri-razrabotke-strategii-firmy>.
8. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/swot-istoriya-stanovleniya>.

Мунина Марина Валерьевна, канд. экон. наук, ст. преподаватель, филиал ФГБОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева – КАИ» в г. Чистополе: Россия, 422981, Республика Татарстан, г. Чистополь, ул. Энгельса, 127а.

*Тел.: (927) 248-41-11
E-mail: gmv_13@mail.ru*

SWOT-ANALYSIS: ANALYSIS OF FACTORS OF EXTERNAL AND INTERNAL ENVIRONMENT AND THEIR ASSESSMENT ACCORDING TO THE LEVEL OF THEIR INFLUENCE ON AN ORGANIZATION

Munina Marina Valerievna, Cand. of Econ. Sci., senior lecturer, Chistopol branch of Kazan national research technical university named after A. N. Tupolev – KAI, Russia.

Keywords: SWOT-analysis, strategic analysis, external and internal environment, factors of external and internal environment, stages of SWOT-analysis, strengths and weaknesses, possibilities and threats, level of influence, indeterminateness factors, levels of awareness, weak signals, strong signals, “remaining” time.

The article presents the advantages of SWOT-analysis and the necessity of its constant application for the purpose of maximizing the efficient functioning of an enterprise. It lists and examines in detail the main stages of SWOT-analysis implementation, substantiates the topicality of assessing the factors of external and internal environment according to the level of their influence, examines the levels of awareness in sudden change conditions.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ИДЕЯМИ КАК ЭЛЕМЕНТ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ

Л. Р. САЛАХАТДИНОВА

*ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Идеи и предложения персонала компании являются ценным источником инноваций. При этом системы управления идеями играют важную роль в структуре инновационного менеджмента современных организаций.

Ключевые слова: управление идеями, инновационный менеджмент.

Усложнение условий хозяйствования при информационной насыщенности и виртуализации коммуникации, необходимость новых источников инноваций – определяющие характеристики современной бизнес-среды, которые требуют особого внимания при решении деловых задач.

Практика инновационного менеджмента успешных компаний доказывает, что персонал организации является мощнейшим и наиболее доступным источником инноваций. Так, в 2005 году из 95 тысяч предложений работников немецких заводов Opel на практике удалось реализовать 68%, что сэкономило компании 31 млн евро при общем фонде вознаграждений в 5 млн евро. В конце 2005 года в рационализации работы компании «Монди бизнес пейпа Сыктывкарский ЛПК» приняли участие около 600 человек (12% персонала), предоставивших 540 идей, экономический эффект от которых за первое полугодие 2006 года компания оценила в 73 млн рублей. В середине апреля 2007 года Volkswagen выплатил 23 млн евро своим сотрудникам за идеи по улучшению производственных процессов, сэкономив в 2006 году при внедрении рационализаторских предложений в общей сложности 168 млн. евро [3, с. 20]. Концерн BASF в 2013 году осуществил практическое внедрение более чем 23 тысяч рационализаторских предложений в разных странах мира, экономия от которых в сумме составила 50 млн евро. Нестандартное мышление сотрудников BASF, выступивших инициаторами этих ценных

идей, было вознаграждено премиальными выплатами в сумме 4,7 млн евро [2].

Идеи – ключевой «ингредиент» инновационного процесса, ценные альтернативы для выбора и внедрения лучших. Однако не менее важно чем генерировать идеи, иметь механизм управления ими, чтобы не свести результат инновационных усилий к минимуму.

Значительно расширяет возможности лица, принимающего решение, система управления идеями – технология, позволяющая разрабатывать, собирать, оценивать и внедрять идеи работников и других стейкхолдеров организации. Известные своей инновационной активностью компании Procter and Gamble, 3 M, General Electric, а также государственные службы за рубежом успешно используют подобные системы [4].

Согласно Effie Lai-Chong Law, взаимодействие «креативность-технологии» эволюционировало от программно-инструментального этапа (1990-е гг.), пройдя стадию концептуального (начало 2000 г.), до эмпирического (2000-е гг.) [5, с. 363].

Другие исследователи выделяют следующие этапы развития систем подобного класса. К первому относят имеющие физическое воплощение ящики предложений, эволюционировавшие до электронных ящиков предложений, основанных на использовании сети Интернет, спроектированных собственными силами IT-служб компаний. Следующий этап связан с автоматизацией управления. В этот период также получают распространение кам-

пании по работе с идеями, совершенствуются системы вознаграждения и обратной связи. Третье поколение систем акцентирует внимание на взаимодействии участников процесса и обмена идеями. В большей степени разрабатываются возможности коммерциализации идей. Сами системы приобретают более целостный характер [6].

Анализ зарубежных и отечественных программных продуктов показывает, что они могут быть созданы в форме самостоятельных систем с использованием принципов краудсорсинга либо быть интегрированы в общую информационную систему управления.

В числе наиболее известных зарубежных систем класса управления идеями такие продукты, как «Idea Central» производства компании «Imaginatik», «NextNet» от «General Ideas», «IdeaCenter» от «Akinava», «Spigit», «BrightIdea», «Kindling» и другие. В российской деловой практике это также как целостные комплексы управления идеями и инновациями, например, «Информационный Инкубатор Инновационных Идей» («Система 4i»), «Проект Эффективных Идей» («ПРЭФИД»), так и отдельные сервисы и модули в составе комплексных программных продуктов (например «Система управления рацпредложениями, идеями и предложениями на предприятии «СУРИ» как элемент пакета услуг и электронных ресурсов «Инновационная Корпорация», модуль «Управление идеями» он-лайн системы «Аванта», сервис «Есть идея?» программы «1С-Битрикс: Корпоративный портал 11.0»).

Эффективная система управления идеями строится как полный цикл: начавшись со сбора идей, она завершается их реализацией, т.е. превращением идеи в инновационный проект. На сегодняшний день большинство программных решений для управления идеями включают примерно такой набор функций: средства стимулирования новых идей; средства для сбора идей, инструменты обзора идей и совместной работы, инструменты мотивации и стимулирования работников, инструменты ведения отчетности [1].

Доказали свою действенность и предлагаемые современными системами целенаправленные кампании по сбору идей. Они заставляют людей концентрироваться при разработке своих идей на потребностях и стратегических целях бизнеса, одновременно моти-

вируя участников процесса, ставя перед ними конкретную задачу для решения в ограниченное время.

К важнейшим принципам эффективности функционирования систем управления идеями можно отнести следующие:

- простота и понятность (возможность свободного входа в систему, доступность участия);

- прозрачность (должна быть возможность видеть, по каким причинам идеи отклонены либо приняты; прозрачная система вознаграждения);

- взаимодействие (есть возможности по взаимному дополнению и развитию близких идей, кооперация по разрешению сходных проблем, в том числе людьми, имеющими разные профессиональные знания и опыт, работающими в разных структурных подразделениях организации);

- связь с системой управления знаниями (помогает избегать повторов, дает большую наглядность ситуации, возможность многократного обращения к ранее высказанным идеям для решения новых задач);

- поддержка (наглядная демонстрация внимания и признательности людям за энтузиазм, готовность поддержки ресурсами в реализации идей, в том числе профессиональной помощью).

Большинство систем управления идеями основано на использовании сети Интернет, что увеличивает скорость обмена информацией и придает им дополнительную гибкость, стирая структурные и географические границы.

Современные подходы к проектированию систем управления идеями позволяют не только направить внимание, энергию и усилия работников на достижение задач организации, но и привлечь к участию в инновационном процессе внешних агентов, позволяя увеличить количество предложений высокого качества.

К дополнительным преимуществам использования систем управления идеями можно отнести постоянный процесс совершенствования деятельности компании; обмен знаниями и опытом между сотрудниками различных подразделений организации, выполняющими различные функциональные обязанности; улучшение коммуникаций; увеличивающийся эффект синергии; возможность создания и оценки профессионального профиля сотруд-

ников для дальнейшего более полного и эффективного использования кадрового потенциала.

Создание систем управления идеями предполагает не только разработку связанных корпоративных бизнес-процессов, но и уделение большого внимания формированию поддерживающей организационной культуры, включающей создание мотивационных программ, обучение работников и менеджмента. Следует помнить, что система управления идеями, расширяющая поле выбора решений менеджмента, будет эффективна лишь при условии большого желания и активных действий руководства и сотрудников, развивающих инновационную организационную культуру.

ЛИТЕРАТУРА

1. Духнич Ю. Управление идеями [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.smart-edu.com/idea-management.html>.
2. Реализация предложений сотрудников BASF позволила сэкономить концерну около 50 миллионов евро [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://1001tema.ru/node/6248>.
3. Сколько платят светлым головам // Секрет фирмы. – 2007. – № 15 (198). – С. 20
4. Government Guide to Idea Management [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cdn2.hubspot.net/hub/195541/file-394212505-pdf/docs/Wazokus_Government_Guide_to_Idea_Management.
5. Law E. L.-C. Technology-Enhanced Creativity. In A-G. Tan (Ed.), Handbook of Creativity. Singapore Pearson // Prentice Hall. – 2007. – P. 363–383.
6. Shockley B. A short history of Idea Management and what makes it work (or not work), Innovation Software Advisors [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://whispersandshouts.typepad.com/files/history_of_idea_mgmt.

Салахатдинова Лэйсян Растямовна, ассистент, аспирант, ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, Россия, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

Тел.: (843) 233-71-09

E-mail: l.salakhatdinova@yahoo.com

SYSTEM OF IDEAS MANAGEMENT AS AN ELEMENT OF INNOVATIVE MANAGEMENT OF AN ORGANIZATION

Salakhatdinova Leisyan Rastyamovna, assistant lecturer, postgraduate student, Kazan (Volga) federal university. Russia.

Keywords: *ideas management, innovative management.*

The ideas and suggestions of company personnel are a valuable source of innovations. The systems of ideas management play an important role in the structure of innovative management of modern organizations.

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

О. Н. МИРКИНА

*ФГБОУ ВПО «Смоленский государственный университет»,
г. Смоленск*

Аннотация. Степень успешности работы промышленного предприятия определяет наличие рынка сбыта его продукции. Сельскохозяйственные предприятия в силу низкой платежеспособности являются специфическими потребителями продукции машиностроения. Классификация аграрных предприятий позволит организовать наиболее эффективные каналы реализации продукции сельскохозяйственного машиностроения.

Ключевые слова: сегментация, сбыт, машиностроительное предприятие, потребители, сельскохозяйственное предприятие, анализ.

Одним из факторов, определяющих эффективность работы предприятия в современных условиях, является наличие постоянного рынка сбыта продукции. Известно, что анализ потребностей реальных и потенциальных покупателей товара позволяет эффективно удовлетворять их спрос, получая свою долю прибыли. Особенно это важно при организации работы предприятий машиностроительного комплекса, занимающихся производством сельскохозяйственной техники. Именно в этой отрасли промышленности России в силу ряда объективных и субъективных причин наблюдается исключительно низкая платежеспособность покупателей. Четкая классификация потенциальных потребителей позволит оценить возможную емкость рынка сельскохозяйственной техники, платежеспособный спрос и на этой основе организовать рациональные каналы сбыта продукции.

Вообще существует множество вариантов организации сбыта машиностроительной продукции. Предприятие сельскохозяйственного машиностроения может реализовать свою продукцию следующими способами: напрямую потребителю, через посредника (одного или нескольких), посредством лизинговой компании в классической лизинговой сделке, или выступив в качестве лизингодателя своей продукции. На состав участников каналов сбыта, их взаимоотношения влияют вид производимой продукции, потенциальные потребители, их географическое расположение,

состав, финансовое состояние и многие другие факторы.

Предприятие при выборе групп потребителей действует в условиях ограниченности факторов производства – существующего технологического оборудования, имеющихся людских, материальных, финансовых ресурсов и т. д. Поэтому выбираемые группы покупателей должны быть тщательно исследованы в отношении того, сможет ли предприятие с учетом его возможностей и ресурсов обрабатывать эти группы успешнее и эффективнее, чем конкуренты. Определение значимых для предприятия покупательских сегментов не является простой, однопараметрической проблемой выбора. Как правило, процесс выбора должен осуществляться в несколько этапов.

В литературе часто предлагается двухступенчатый способ сегментации рынка. Сначала следует примерно определить группы пользователей данной продукции (макро-сегмент). Выбор расширенной сферы применения, как правило, является недостаточным для целевой обработки рынка, так как требования потребителей к предлагаемым на этом рынке товарам, а также поведение потребителей, сильно различаются. Поэтому эти приблизительно очерченные группы потенциальных потребителей целесообразно подвергнуть дальнейшему сегментированию (микросегментации). Результатом его является определение однородной группы потребителей, для которой можно разработать единые маркетин-

говые подходы. Благодаря сегментированию, с одной стороны, улучшается действенность маркетинговых инструментов, а с другой стороны, заметно уменьшаются потери от распыления сил особенно в области коммуникационной и дистрибьюционной политики.

Процесс сегментирования потребителей применительно к продукции сельскохозяйственного машиностроения можно детализировать с учетом специфических качеств потребителей.

Первый этап сегментирования заключается в разработке системы показателей оценки потенциальных потребителей в конкретном регионе. Опираясь на работы таких ученых, как Г. В. Савицкая, А. П. Зинченко и др., автором разработана система таких показателей. Для предприятия машиностроения видится целесообразным использование четырех групп показателей оценки потребителей продукции: численность и состав предприятий; показатели размеров предприятия; специализация и результаты производства; эффективность и финансовое состояние (рис. 1).

За макросегментированием следует процесс выделения целевых микросегментов (второй этап сегментирования). Тяжелое финансовое положение потребителей сельскохозяйственной техники вынуждает машиностроительные предприятия проводить дифференциацию каналов сбыта для различных потребителей. Для этого необходимо классифицировать потребителей по показателям и организационным особенностям, выделить однородные группы на основании определенного признака, а затем для каждой группы организовать соответствующий канал товародвижения (рис. 2.).

Примером классификационного признака потенциальных потребителей может служить объем производства на человека в год, рассчитанный по себестоимости или выручке от реализации. Объединение потенциальных потребителей в целевые микросегменты можно провести на основании статистической формулы определения величины группировки. Предлагается среди потенциальных потребителей на основании группировки по классификационному признаку «Объем производства и реализации на человека» выделить три группы хозяйств – крупные, средние и мелкие.

Очевидно, что наиболее вероятными потребителями продукции машиностроения, являются хозяйства представители первой и второй группы. Для них характерно более устойчивое финансовое состояние и относительно высокая платежеспособность. Вместе с тем не следует упускать из вида и хозяйства третьей группы, которые также могут войти в круг потенциальных потребителей, но с определенными ограничениями в силу их размера и финансового состояния.

Классифицировав потребителей продукции, машиностроительное предприятие имеет возможность сформировать схемы товародвижения, которые будут наилучшими для различных групп, т. е. сформировать типовые схемы распределения продукта. Так, для потребителей первой и второй группы возможно применение различных форм реализации продукции от прямой продажи до долгосрочной аренды. Для хозяйств третьей группы в силу их низкой платежеспособности выбор средств реализации сельскохозяйственной техники

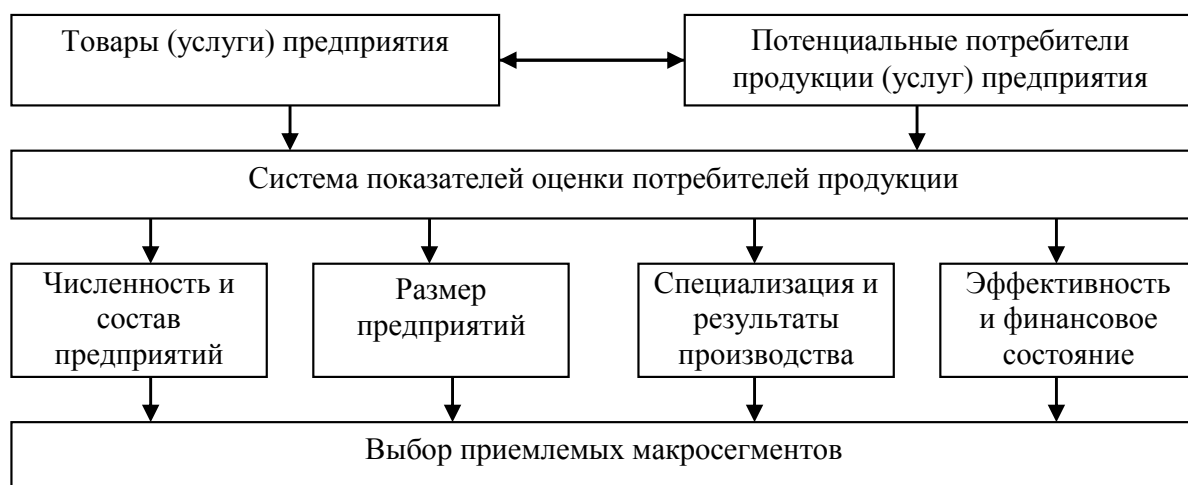


Рисунок 1. Разработка системы показателей оценки потребителей продукции



Рисунок 2. Классификация потребителей по показателям и организационным особенностям

ограничивается организацией арендных отношений с участием посредников или без них.

С целью определения конкретных форм организации сбыта возможно проведение более детального анализа потенциальных потребителей в части расчета эффективности их работы и финансового состояния. Точная и обширная информация, касающаяся потребителей продукции, даст возможность организовать каналы товародвижения оптимальной структуры.

ЛИТЕРАТУРА

1. Елисеев А. Российский рынок сельскохозяйственной техники: итоги 2012 года // Аграрное обозрение. – 2013. – № 2.
2. Иванов С. В. Лизинг в машиностроении, металлообработке и металлургии 2014–2020

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.assocleasing.ru/avtori/63>.

3. Программа обновления парка сельскохозяйственной техники (на 2012–2014 гг.). – М., 2012.
4. Россия в цифрах. 2013: крат. стат. сб. / Росстат. – М., 2013. – 573 с.
5. Стратегия развития сельскохозяйственного машиностроения России до 2020 года. – М., 2011.

Миркина Ольга Наумовна, канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Смоленский государственный университет»: Россия, 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, 4.

Тел.: (481) 270-02-01

E-mail: olga-mirkina@yandex.ru

MARKET SEGMENTATION IN THE ACTIVITY OF A MACHINE-BUILDING ENTERPRISE

Mirkina Olga Naumovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Smolensk State university. Russia.

Keywords: segmentation, sales, machine-building enterprise, consumers, agricultural enterprise, analysis.

The degree of success in the operation of an industrial enterprise is determined by the presence of a market for selling its product. Agricultural enterprises, due to their low payability, are specific consumers of machine-building products. The classification of agrarian enterprises will make it possible to organize the most efficient channels of selling agricultural machine-building products.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД И ПРОЦЕСС ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ В РАМКАХ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

Л. С. ШАРГУ, С. К. ФЕДОРЧУКОВА, Г. Т. ДУХЛИКЕР*
Европейский университет Молдовы,
**Экономическая академия Молдовы,*
г. Кишинев, Республика Молдова

Аннотация. Работа посвящена изучению подходов теоретических и практических тактик и их взаимосвязей в процессе переговоров на уровне коммерческих предприятий. Рассматриваются некоторые аспекты процесса переговоров, которые в определенной степени могут способствовать повышению конкурентоспособности предприятия в условиях рыночных отношений.

Ключевые слова: деловые переговоры, процесс, система управления.

При создании экономических отношений коммерческие компании обязательно участвуют в переговорах с другими компаниями, а следовательно, они должны создавать переговорные команды из квалифицированных специалистов для подготовки международных бизнес-переговоров. В противном случае они будут вынуждены постоянно обращаться в консалтинговые компании, государственные органы (например, посольства, торгово-промышленные палаты) и на другие предприятия, которые имеют обширную практику в международных экономических отношениях. Эти действия, соответственно, приведут к дополнительным затратам и последующему повышению цен на товары или услуги, являющиеся объектом процесса переговоров.

Для проведения бизнес-переговоров в условиях свободных экономических отношений требуется участие двух или более лиц, представляющих поставщика и получателя, продавца и покупателя в лице бизнес-агентов, в том числе из разных стран, а следовательно, людей разных культур, национальностей, религий, имеющих различные интересы, цели и задачи.

Переговоры – это конкретная коммуникация, в которой потенциальные партнеры находятся в процессе общения, направленного на достижение определенных преимуществ

относительно объекта переговоров, с целью заключения договора или проведения бизнес-операций.

Контракт – это окончательный этап проведения переговоров, имеющий юридическую силу. Целью контракта является проведение двухсторонних или многосторонних бизнес-операций со взаимными обязательствами. Чем больше разница в культуре и географии участников, тем более сложными и длительными получаются переговоры.

Необходимо также отметить тот факт, что в экономических отношениях, переговоры – это очень сложный и спорный процесс, а дискуссии и обсуждения во время их проведения могут стать непонятными и непредсказуемыми. Это объясняется рядом причин и, прежде всего, различной природой участников переговорного процесса, которая выражается в их культурном различии, языковых барьерах, в специфике стилей общения, поведения, национальных ценностей и др.

В данной работе мы предполагаем выделить два важных аспекта экономических отношений: переговоры в области торговли, представленные в работах ученых-экономистов, и элементы практической концепции, рассмотренной в системе менеджмента качества. Ссылаясь на систему менеджмента качества, необходимо отметить, что некоторые меж-

дународные стандарты, такие как ISO 9001, ISO 14001 [2, с. 12] и другие включают ряд определенных требований к компаниям, внедрившим системы управления качеством и, тем самым облегчившим работу двух важных субъектов любой компании: клиентов и поставщиков.

Итак, согласно принципам системы управления качеством и в соответствии с основными положениями международного стандарта ISO 9001 организация должна четко определить требования, заявленные заказчиком, в том числе касающиеся доставки и гарантий на те или иные товары или услуги. Здесь также могут быть рассмотрены требования, неустановленные потребителем (законодательные и нормативные требования, касающиеся объекта переговоров, а также любые дополнительные требования, установленные самой организацией), которые должны быть выполнены, так как это предполагается особенностями объекта данного контракта.

Все это предопределяет огромную работу по организации и проведению переговоров в конкретных условиях и согласно требованиям заказчика, потому что именно заказчик оплачивает товар, предложенный производителем. Здесь уместно высказывание Шарля Фурье [1, с. 403], который дает точное определение *торговли* во все времена: «искусство продавать за шесть франков то, что стоит три, и купить за три то, что стоит шесть».

Ссылаясь на отношения с клиентами, система управления качеством заявляет, что организация обязана учитывать требования клиентов в отношении продукции и услуг, предоставляемых организацией, а также должен быть проведен полный анализ рисков до выполнения принятых организацией условий оказания услуг или предоставления продукта клиенту. Это означает, что, прежде чем подписать контракт, необходимо проанализировать все объекты договора, то есть все то, что будет включено в его содержание. Целью такого анализа является установление способности данной организации выполнить все те требования, которые предусмотрены конкретным договором. Таким образом, организация обязана создать эффективную систему переговоров с покупателями/клиентами, чтобы в процессе коммуникации определить пути улучшения качества продукта/услуг в системе менеджмента.

Примечательно, что международный стандарт ISO 9001 [3, с. 25] четко устанавливает критерии, по которым компаниям необходимо выбирать себе поставщиков. Согласно правилам организация должна быть уверена, что продукты, которые являются объектом контрактов, поставляются в соответствии с установленными требованиями к закупкам. Степень контроля, применяемая к поставщику и закупаемой продукции, должна зависеть от жизненного цикла данной продукции.

По умолчанию, организация должна оценивать и выбирать поставщиков на основе их способности обеспечить качество продукта в соответствии с предъявляемыми требованиями. Также нужно установить критерии для отбора продуктов, их оценки и повторной оценки, и вести учет полученных результатов оценивания и любых необходимых действий, вытекающих из оценки.

Все перечисленные факты означают, что компании нужно создать хорошо организованную документальную систему для более полного изучения поставщиков до момента заключения с ними договора. Из этого следует (в каждом отдельном случае), что должны существовать так называемые листы анализа поставщиков и регистры по отслеживанию отношений с ними.

В связи с этим, предполагается формирование базы документов, которая содержала бы информацию, необходимую для ведения переговоров с клиентами и поставщиками в будущем.

Подводя итоги, изложим некоторые рекомендации по организации и проведению успешного процесса переговоров.

1) подготовка к переговорам (включает следующие моменты):

- установление точного «объекта» переговоров. В процессе переговоров важно знать, чего мы хотим достичь, что мы будем обсуждать, какие именно аспекты будут проанализированы;

- анализ сильных и слабых сторон компании, участвующей в переговорах, и компании-партнера. Каждая компания имеет те или иные плюсы, которые могут быть использованы партнерами по переговорам и благоприятно влиять на их итог;

- подготовка ответов на критическую оценку (сильной/слабой) стороны компании для того, чтобы «смягчить» последствия ее значения;

– определение критических пределов (объем поставки, период бизнес-операции, степень участия, распределение долей, установление барьеров и др.);

2) создание команды для проведения переговоров:

– установление четких обязанностей каждого субъекта переговоров (финансовых, правовых, организационных и т. д.);

– создание командной атмосферы (лояльности, взаимной поддержки, и т. д.);

– предотвращение монополизации ведения переговоров одним участником;

– исключение вероятности «недоразумений» между членами команды;

3) установление пространства переговоров (правильный выбор места проведения переговоров).

Отметим, что успех переговоров зависит от конкретных возможностей участников в этом процессе, который по времени может занять несколько часов или даже лет, а характер и атмосфера проведения переговоров должны быть выстроены таким образом, чтобы участники этого процесса в будущем захотели и смогли встретиться за тем же столом. Вместе с

тем отметим, что для развития культуры в организации проведения процесса переговоров необходим системный подход.

ЛИТЕРАТУРА

1. Fourier C. Opere economice. – Chişinău : Universitas. – 403 P.
2. Standard internațional ISO 14001:2005, Sisteme de management de mediu. – Bucureşti, 2005. – 29 p.
3. Standard internațional ISO 9001:2008, Sisteme de management al calităţii. – Bucureşti, 2008. – 40 p.

Шаргу Лилия Степановна, д-р экон. наук, декан, Европейский университет Молдовы: Республика Молдова, г. Кишинев, ул. Г. Яблочкина, 2/1.

Федорчукова Светлана Константиновна, канд. техн. наук, доцент, Экономическая академия Молдовы: Республика Молдова, г. Кишинев, ул. Бэнулеску-Бодони, 61.

Духликер Григорий Теодор, д-р экон. наук, доцент, Европейский университет Молдовы: Республика Молдова, г. Кишинев, ул. Г. Яблочкина, 2/1.

Тел.: (373-22) 509-122

E-mail: sargu@mail.ru

SYSTEMIC APPROACH AND THE PROCESS OF BUSINESS NEGOTIATIONS WITHIN THE FRAMEWORK OF MANAGEMENT SYSTEM

Shargu Lilia Stepanovna, Dr. of Econ. Sci., dean, European university of Moldova. The Republic of Moldova.

Fedorchukova Svetlana Konstantinovna, Cand. of Tech. Sci., Ass. Prof., Economics academy of Moldova. The Republic of Moldova.

Dukhliker Grigoriy Teodor, Dr. of Econ. Sci., Ass. Prof., European university of Moldova. The Republic of Moldova.

Keywords: business negotiations, process, management system.

The work is devoted to studying approaches, theoretic and practical tactics and their interconnections in the process of negotiations on the level of commercial enterprises. Considered certain aspects of negotiations process can promote a certain increase in the competitive ability of an enterprise in the conditions of market relations.

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В ТОРГОВОЙ СЕТИ г. НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ

И. Р. ГУМЕРОВ, А. Л. ТЕТЕРКИН

*ГАОУ ВПО «Набережночелнинский государственный торгово-технологический институт»,
г. Набережные Челны, Республика Татарстан*

Аннотация. Представлены результаты оценки качества молочных продуктов, реализуемых в торговой сети г. Набережные Челны. Выявлено, что реализуемые молочные продукты не всегда соответствуют требованиям качества, встречаются случаи фальсификации (введение в продукт гидрированных растительных жиров, крахмала, разбавление молока и др.).

Ключевые слова: экспертиза качества, фальсификация, молочные продукты, безопасность, технический регламент.

Потребление качественной и полноценной пищи дает возможность улучшить здоровье и увеличить продолжительность жизни населения.

Контроль качества пищевых продуктов – одна из составляющих проблемы здорового питания. Производство и реализация некачественной фальсифицированной продукции, наряду с намеренным введением потребителя в заблуждение относительно свойств и происхождения продуктов, может наносить прямой ущерб здоровью потребителя.

В особой степени это касается качества молочных продуктов – продуктов первой необходимости, являющихся основой детского и взрослого питания.

Введенный в 2008 году Федеральный закон от 12.06.2008 года № 88-ФЗ «Технический регламент на молоко и молочную продукцию» предъявляет новые требования к качеству молока и продуктов его переработки [2].

Однако не секрет, что значительное расширение ассортимента молочной продукции на потребительском рынке не обходится без фальсификации.

Проблема идентификации молочных товаров приобрела особую актуальность в связи с обновлением ассортимента молочных продуктов за счет введения в их состав компонентов из растительного сырья (растительных масел, соевых белков и др.) [1].

Для экспертизы в лаборатории НГТТИ из торговой сети г. Набережные Челны были отобраны пробы образцов сливочного масла, сметаны, творога, мороженого и молока. Оценку качества и

безопасности молочных продуктов проводили на основе определения органолептических, физико-химических показателей методами, изложенными в нормативных документах, а также провели исследование, используя экспресс-методы для определения фальсификации продуктов [3].

Результаты исследований показали, что среди образцов крестьянского масла производителей ОАО «Компания ЮНИМИЛК», ИП Кунец С. П., ОАО «Чистопольский молочный комбинат», ОАО «Алабуга Соте», ООО УК «Просто молоко» в продукцию ОАО «Компания ЮНИМИЛК» и ИП Кунец С. П. добавлены гидрированные растительные жиры, что недопустимо для данного вида продукции. Гидрированные жиры в больших количествах содержат трансжиры, негативно влияющие на здоровье человека.

Кроме того, кислотность молочной плазмы и жира в продукте производителя ИП Кунец С.П. не соответствовала требованиям нормативных документов, что указывало на микробиологическую порчу и прогоркание сливочного масла.

Образцы сметаны «Кошкинская» (ЗАО «АЛЕВ»), «Вкусняев», творога «Вкусняев» (ОАО «Алабуга Соте»), мороженого «ГОСТ» (ОАО «Челны Холод»), «СССР» (ООО «Башкирское мороженое») дали положительную реакцию на крахмал. Крахмал способствует удержанию большого количества воды и снижает пищевую ценность продукта. Согласно требованиям технического регламента для сметаны и творога наличие в составе растительных углеводов недопустимо. Мороженое может содержать крахмал,

Таблица 1 – Показатели качества молока

Показатель	Молоко «Простоквашино», ЗАО «Комбинат молочных продуктов» «Эдельвейс-М»	Молоко «Домик в деревне», ОАО «Вимм-Билль-Данн»	Молоко «Вкусняево», ОАО «Алабуга Соте»	Молоко «Веселый молочник», ОАО «Вимм-Билль-Данн»	Молоко «Просто», ООО «Просто молоко»
Плотность, кг/м ³	1029	1027,8	1028,1	1027,6	1027,3
Массовая доля сухих веществ, %	12	11,2	11	11,8	9,4
Кислотность, °Т, не более	19,7	15,2	19,6	19,4	18,2
pH	6,47	6,8	6,48	6,49	6,58

однако информация о его наличии отсутствовала на упаковке, что также недопустимо.

Результаты экспертизы качества по физико-химическим показателям молока жирностью 3,2% производителей ЗАО «Комбинат молочных продуктов», «Эдельвейс-М», ОАО «Вимм-Билль-Данн», ОАО «Алабуга Соте», ОАО «Вимм-Билль-Данн», ООО «Просто молоко» представлены в таблице 1.

Образцы «Домик в деревне», «Веселый молочник», «Просто молоко» имели низкое содержание сухих веществ, а также пониженную плотность, что может быть вызвано разбавлением молока. Кроме того, в молоке производителя «Домик в деревне» наблюдалась нехарактерная для данного продукта низкая кислотность, что свидетельствует о введении веществ, снижающих данный показатель.

Таким образом, молочные продукты, реализуемые в торговой сети г. Набережные Челны не всегда соответствуют требованиям качества, встречаются случаи фальсификации (ведение в продукт гидрированных растительных жиров, крахмала, разбавление молока водой и др.). Намеренным введением потребителя в заблуждение относительно свойств и происхождения продуктов производители могут нанести прямой ущерб здоровью населения.

ЛИТЕРАТУРА

- Куличенко О. А., Землякова Т. А., Ароева Е. А. Проблема идентификации молока и продуктов его переработки в свете требований новых нормативно-правовых документов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cgekuban.ru/publication/obgig/identifikaciya-moloka.php>.
- Технический регламент на молоко и молочную продукцию : Федеральный закон № 88-ФЗ. – М. : Изд-во стандартов, 2008. – 40 с.
- Чепурной И. П. Идентификация и фальсификация продовольственных товаров : учебник. – 3-е изд. – М. : Дашков и К°, 2007. – 460 с.

Гумеров Илдар Рафгатович, канд. с.-х. наук, доцент, ГАОУ ВПО «Набережночелнинский государственный торгово-технологический институт»: Россия, 423812, Республика Татарстан, г. Набережные Челны, Московский просп., 95.

Тетеркин Андрей Львович, канд. с.-х. наук, доцент, ГАОУ ВПО «Набережночелнинский государственный торгово-технологический институт»: Россия, 423812, Республика Татарстан, г. Набережные Челны, Московский просп., 95.

Тел: (927) 458-44-69

E-mail: ildar.gu@mail.ru

ASSESSMENT OF THE QUALITY AND SAFETY OF DAIRY PRODUCTS SOLD THROUGH THE TRADE NETWORK OF NABEREZHNYE CHELNY

Gumerov Ildar Rafgatovich, Cand. of Agr. Sci., Ass. Prof., Naberezhnye Chelny State trade-technological institute. Russia.

Teterkin Andrey Lvovich, Cand. of Agr. Sci., Ass. Prof., Naberezhnye Chelny State trade-technological institute. Russia.

Keywords: expert assessment of quality, falsification, dairy products, safety, technical norms.

The work presents the results of assessing the quality of dairy products sold through the trade network of Naberezhnye Chelny. It has been determined that the dairy products sold do not always fulfill quality requirements. There are instances of falsification (addition of hydrated vegetable fats, starch, dilution of milk, etc.).

УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

*Л. Г. КИРИЛЛОВА, А. С. КИРИЛЛОВА**

ЧОУ ВПО «Академия социального образования»,

**ФГБОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. При реализации новшеств неизбежно возникает сопротивление изменениям со стороны сотрудников организации. Одной из важных задач менеджмента является выявление причин сопротивления изменениям и разработка методов их преодоления с учетом особенностей организации.

Ключевые слова: инновационность, новшество, управление изменениями, сопротивление нововведениям, креативная политика.

Способность выживания предприятий в рыночном пространстве связана с постоянными изменениями. В условиях глобализации экономики, бурного развития технического прогресса встает необходимость в изменениях стратегии организации ее организационной структуре информационного и кадрового обеспечения. Изменения, происходящие в организации, как открытой социально-экономической системы, являются откликом на изменения во внешней среде. Изменения необходимы для создания конкурентных преимуществ предприятия, и главным образом, за счет его инновационности.

Термин «инновации» появился в 30-х годах прошлого столетия. Инновации противопоставлялись традиционным формам деятельности и мышления. В 50–60-е годы, в связи с обострением конкуренции и развитием новых технологий интерес к инновациям значительно возрос, и к концу двадцатого столетия инновации стали рассматриваться уже как нововведение, то есть внедрение, распространение и использование новшеств.

Стоит отметить, что разработка новшеств и их внедрение сопряжено с высокой степенью риска, поскольку только пятая часть от всех результатов научных разработок доходит до конечного потребителя. Инновации являются одним из самых сложных процессов изменений в организации, так как разработка и внедрение новшеств предполагает измене-

ния на всех уровнях менеджмента как стратегического, так и тактического (управления производством, маркетингом и персоналом).

Новая креативная политика предприятия диктует необходимость появления нового типа сотрудников, чья работа основана на новых научных подходах к управлению производством и персоналом. Лидеров-реформаторов можно определить по наличию следующих качеств: ориентация на высокие производственные показатели, творческий подход к решению задач различной сложности, уверенность в успехе преобразований, умение работать в команде и толерантность к различным мнениям. Кроме того, работники в сфере инноваций должны обладать научно-техническим потенциалом, качествами ученого-исследователя, а также быть экономически грамотными, для того, чтобы оценить экономический эффект от внедрения новшеств. Успех организации в период преобразований во многом зависит от степени информированности работников организации о происходящих переменах. Коммуникационная среда должна быть насыщена свежей и актуальной информацией, события, происходящие в организации, должны освещаться объективно и целостно.

В новых условиях управлять человеческими ресурсами становится все сложнее, поскольку любые изменения требуют от руководителей и исполнителей перестройки мышления, связанной с необходимостью пе-

ремен, согласия участвовать в них, изменения привычного поведения и методов работы.

При внедрении изменений неизбежно возникает сопротивление изменениям. Носителями сопротивлений являются сотрудники организации, которые опасаются, что изменения затронут их рабочие места, привычные функции, смогут повлиять на положение сотрудника в организации, его статус. Можно выделить следующие причины сопротивления нововведениям:

- неопределенность от внедрения новшеств, так как любое новшество сопряжено с риском, а риск – с ощущением угрозы;

- неверное понимание целей и стратегии изменений;

- опасность возникновения личных потерь, ведь многие новые разработки ведут к сокращению персонала и связаны с увольнением, уменьшением полномочий в распределении ресурсов;

- сомнения персонала по поводу решения проблем организации за счет нововведений и ожидаемого экономического эффекта.

Среди проблем, возникающих в этой области, можно отметить противоречия между техническим уровнем нового производства и существующим уровнем квалификации, между уровнем квалификации и мотивацией персонала, между работниками, занимающимися разработками новшеств, и рядовыми сотрудниками, между существующей организационной структурой и реализуемой стратегией. Усложнение функций и внутриорганизационных взаимодействий делает организационную структуру малоэффективной в условиях динамичного внешнего окружения. Традиционные линейные и дивизиональные структуры в российском бизнесе не могут обеспечить быструю адаптацию организации к внешним рыночным изменениям и становятся тормозом инновационных преобразований. При внедрении адаптивных структур управления ощущаются слабые навыки по управлению проектами и недостаток в их финансировании.

При реализации инновационной политики предприятия растут затраты на обучение и переобучение персонала, увеличиваются сроки обучения, меняется содержание его программ. Реализация инновационной политики предполагает реструктуризацию всего предприятия, его системы управления, а также отдельных ее элементов. Сюда следует отнести

новые формы регламентации и оплаты труда, а также изменения в стиле управления и принципах формирования организационной культуры.

Одной из важных задач менеджмента организации является разработка методов преодоления сопротивления персонала изменениям. К таким методам можно отнести:

- информирование и разъяснение сущности предполагаемых изменений, убеждение работников в необходимости перемен;

- убеждение неформальных лидеров в том, что при реализации новой, креативной политики их статус укрепитя в виде новых возможностей карьерного роста или увеличения полномочий;

- участие и вовлеченность персонала в реализацию программы проведения изменений;

- объединение людей в команды единомышленников, которые будут способствовать проведению изменений.

Управление изменениями для каждой организации имеет свои особенности. Крупная организация отличается от небольших предприятий следующими параметрами: высокая степень самостоятельности, ориентация на передовые технологии, формализация и бюрократизация многих бизнес-процессов, высокая ответственность бизнеса, тесное взаимодействие с государством, сложная система управления. Несмотря на большие возможности, крупные организации имеют и сдерживающие факторы преобразований, связанные с громоздким аппаратом управления, инертностью и бюрократизацией. Малый и средний бизнес более склонен к преобразованиям, поскольку легче приспосабливается к изменяющейся среде в силу необходимости своего выживания. Однако небольшие предприятия ограничены в различных ресурсах, и главным образом – в финансовых, что затрудняет преобразования. Достаточно эффективным приемом решения задач инноваций является создание в организации венчурных структур, хорошо зарекомендовавших себя во всем мире. Такие подразделения ведут поиск, разработку и внедрение новшеств в условиях неопределенности и риска. Венчурные фирмы могут быть организованы и на базе крупных оборонных предприятий, чьи научные разработки устарели в данной области, но являются инновационными на других рынках.

Инициирование изменений и управление ими должно проводиться последовательно, в несколько этапов. Первый этап – это подготовка к внедрению изменений. На данном этапе менеджеру необходимо заручиться поддержкой тех, кого затронут преобразования. Таких сотрудников необходимо активнее привлекать к выработке управленческих решений и мотивировать. На втором этапе происходит реализация изменений. Этот процесс необходимо разбить на контролируемые подэтапы с разработкой плана действий, зоной ответственности каждого сотрудника и сроков исполнения. Третий этап – внедрение изменений. На данном этапе руководитель должен предоставить возможность сформированной команде самостоятельно находить решения, обеспечить поддержку лидерам, осуществлять контроль процессов согласно запланированным мероприятиям, оценивать и поощрять достигнутые успехи.

Таким образом, управление изменениями – одна из востребованных технологий бизнеса, позволяющая создать успешную модель управления персоналом в условиях реализации новшеств и внедрить проводимые изменения наиболее эффективно. Процесс создания технических инноваций тесно связан с

кадровыми инновациями. Инновации в области менеджмента не менее важны для развития организации, чем инновации по созданию продукта или технологии, так как позволяют раскрыть потенциал сотрудников, создать условия постоянного обновления, совершенствовать кадровую работу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сатарова В. Управление изменениями // Справочник по управлению персоналом. – М. : МЦФЭР, 2009. – № 9. – С. 86–91.
2. Свругун О. Сила сопротивления: используем во благо // Справочник по управлению персоналом. – 2012. – № 1. – С. 29–34.

Кириллова Лариса Геннадьевна, канд. техн. наук, ст. преподаватель, ЧОУ ВПО «Академия социального образования»: Россия, 420039, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Исаева, 12.

Кириллова Александра Сергеевна, аспирант, ФГБОУ ВПО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»: Россия, 420015, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Карла Маркса, 68.

Тел.: (843) 222-02-37

E-mail: lar-kirillova@mail.ru

MANAGING CHANGE IN THE CONDITIONS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF AN ORGANIZATION

Kirillova Larisa Gennadievna, Cand. of Tech. Sci., senior lecturer, Academy of social education. Russia.

Kirillova Aleksandra Sergeevna, postgraduate student, Kazan national research technological university. Russia.

Keywords: *innovativeness, innovation, managing change, resistance to change, creative policy.*

The introduction of innovations is inevitably linked to a resistance to change demonstrated by the employees of organizations. One of important management tasks is determining the causes of resistance to change and developing the methods of overcoming them with the consideration of specific features of organizations.

ДИСКУССИОННЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ ПЛАТЕЖЕСПОБНОСТИ ПО ДАННЫМ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА ОРГАНИЗАЦИИ

А. Н. КИРПИКОВ

*ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. В работе исследуются дискуссионные аспекты проведения анализа ликвидности бухгалтерского баланса организации и обосновываются предложения по уточнению особенностей практического применения рассматриваемого методического подхода.

Ключевые слова: анализ ликвидности баланса, анализ платежеспособности, анализ финансового состояния.

Исследование концептуальных основ формирования и раскрытия показателей бухгалтерского учета позволяет констатировать необходимость их неразрывной связи с информированием внешнего заинтересованного пользователя о реальном финансовом положении и результатах финансово-хозяйственной деятельности экономического субъекта. Ограниченность публичных стандартизированных источников финансовой информации не только определяет безоговорочную актуальность дискуссионного обсуждения состава отражаемых в них показателей, но также требует обоснования методических подходов к оценке отчетных данных и последующей аналитической интерпретации цифровых массивов с целью принятия финансовых решений. Методический инструментарий финансового анализа, нацеленный на проведение развернутой экономической диагностики основных тенденций развития хозяйствующего субъекта, достаточно широк, однако его полномасштабное применение доступно в условиях организованной экономической работы на предприятии, поскольку требует предметного понимания отраслевой и индивидуальной специфики организации, привлечения данных оперативного учета и контроля, а следовательно, не может быть реализовано большинством сторонних субъектов анализа. По этой причине вести речь

о необходимости принципиального расширения состава публикуемой информации как средства повышения результативности внешнего финансового анализа, на наш взгляд, не конструктивно. Более рационально уделить внимание исследованию действующих алгоритмов обработки доступной экономической информации с целью уточнения требований к ее надлежащей интерпретации и детализированному представлению.

Одним из наиболее важных направлений анализа, проводимого по данным бухгалтерского баланса, является оценка ликвидности и платежеспособности предприятия. Традиционные подходы экономической диагностики платежеспособности, как правило, ограничиваются анализом ликвидности баланса организации путем группировки и взаимного сопоставления активов и источников формирования хозяйственных средств, а также расчетом относительных показателей платежеспособности.

Проведение анализа ликвидности бухгалтерского баланса предполагает раскрытие внутренней взаимосвязи его структурных элементов с целью измерения достаточности объема активов, ликвидность которых адекватна степени срочности пассивов, выступивших источниками формирования соответствующих хозяйственных средств. Исследование специализированных учебно-методических источников, публикаций

периодической печати свидетельствует о присутствии дискуссионных аспектов формирования авторских подходов к проведению анализа ликвидности баланса. В частности, В. И. Бариленко, М. А. Вахрушина, О. В. Дмитриева, Л. В. Донцова, Э. А. Маркарьян, М. В. Мельник, Н. А. Никифорова, Н. С. Пласкова, Ю. Н. Тронин, А. Д. Шеремет и другие исследователи при рассмотрении алгоритмов анализа ликвидности баланса систематизируют активы и пассивы по четырем классификационным группам. Вместе с тем оригинальность авторских позиций заключается в различном наполнении соответствующих групп, что оказывает существенное влияние на результаты экономического анализа и формирование мнения пользователя о финансовом состоянии хозяйствующего субъекта.

Актуальность продолжения научной дискуссии, направленной на поиск подходов к развитию анализа ликвидности бухгалтерского баланса, является ключевой предпосылкой для формирования и аргументации собственных суждений в рамках указанной области исследования.

В общем виде постановка проблемы развития инструментов анализа ликвидности баланса, на наш взгляд, заключается, с одной стороны, в получении принципиальной информации о предполагаемых сроках приобретения активами денежной формы, а с другой - установлении сумм и нормативных периодов погашения обязательств перед кредиторами. Рассмотрим суть указанной проблемы более подробно.

На наш взгляд, объективную сложность в определении степени ликвидности показателей группы А1 (наиболее ликвидные активы) может представлять недостаточная прозрачность в раскрытии необходимой информации в бухгалтерской отчетности. В приложении № 3 к приказу Минфина РФ от 2 июля 2010 г. № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» не содержится предлагаемой формы расшифровки данных о денежных эквивалентах. Детализация финансовых вложений присутствует, при этом в ней отражается изменение текущей рыночной стоимости активов, что полезно с позиции оценки их ликвидности. Вместе с тем формирование общепринятой практики раскрытия информации

путем указания конкретных видов финансовых вложений в разрезе эмитентов ценных бумаг, по нашему мнению, было бы вполне конструктивно, поскольку позволило бы внешнему пользователю отчетности самостоятельно, воспользовавшись информацией о торгах конкретными ценными бумагами на открытом рынке, оценить уровень их ликвидности. Логично также исключать из состава краткосрочных финансовых вложений, отражаемых в группе А1, выданные займы, которые могут предоставляться контрагентам, являющимся поставщиками организации, с целью поддержания бесперебойного функционирования ее логистической системы. Очевидно, что в силу установленных договором сроков заимствования оперативно востребовать вложенные средства по аналогии с продажей ликвидных ценных бумаг в данном случае едва ли возможно. На наш взгляд, следует констатировать, что большинство организаций не заинтересованы в раскрытии указанной информации в финансовой отчетности, поскольку отношение квалифицированного аналитика к подобным финансовым вложениям с позиции их экономической эффективности и потенциальной ликвидности может оказаться весьма скептическим.

Отнесение дебиторской задолженности к группе А2 (быстрореализуемых активов) основано на предпосылке получения денежного возмещения в установленный период расчетов. Реализации указанного требования способствует то обстоятельство, что в соответствии с действующим нормативным регулированием в бухгалтерском балансе отражается величина дебиторской задолженности, уменьшенная на сумму резерва по сомнительным долгам. Справедливости ради необходимо отметить, что строгое следование указанному требованию может ухудшить показатели финансового состояния и, как следствие, отразится на снижении рейтинга кредитоспособности экономического субъекта. В связи с этим аспектам резервирования задолженности с позиции достоверного раскрытия информации в балансе должно уделяться значительное внимание при проведении аудиторского контроля. Необходимо также отметить, что, по нашему мнению, не следует относить к составу быстрореализуемых активов вели-

чину дебиторской задолженности, связанной с выданными авансами, поскольку приобретение указанной категорией имущества денежной формы может наступить лишь в результате завершения операционного цикла, как правило, имеющего значительную длительность.

Неоднозначность экономической интерпретации величины материально-производственных запасов в бухгалтерском балансе, так же как и в случае с дебиторской задолженностью, обусловлена выраженным конфликтом интересов со стороны внутренних и внешних пользователей информации. Раскрытие информации о стоимости неликвидных видов материальных ресурсов, имеющих ограниченные перспективы полезного использования, остатках готовой продукции, объективно невостребованных рынком в силу сезонности, изменения экономической конъюнктуры и т. д., снижает финансовую привлекательность компании, а, следовательно, вряд ли найдет необходимую детализацию в составе пояснений к отчетности.

Дискуссионным представляется выбор классификационной группы активов для отнесения к ней величины НДС по приобретенным ценностям. Полагаем, что наиболее правомерным является включение суммы по этой строке баланса в состав медленно реализуемых активов. Обоснованием в данном случае может выступать действующая практика оперативного возмещения НДС, позволяющая снизить бремя текущей налоговой нагрузки на предприятие. Таким образом, суммы НДС, стоящие на балансе организации, могут быть связаны с капитальным строительством либо свидетельствовать о серьезных проблемах документального оформления отгрузки, поэтому не могут рассматриваться как быстро реализуемые активы.

Принципиальную проблему в процессе проведения анализа ликвидности баланса создает отсутствие необходимой информации о суммах и сроках погашения обязательств по кредитам и займам в ближайшей перспективе. Общее требование максимальной детализации при раскрытии указанной информации в составе отчетных показателей на уровне, необходимом для формирования платежного календаря, не может быть признано рациональным. С другой стороны, порядок представления информации об обязательствах,

регламентированный действующим нормативным регулированием, на наш взгляд, нуждается в уточнении, поскольку установленная в отечественном законодательстве граница разделения состава заемных средств на краткосрочные и долгосрочные не позволяет получить исчерпывающую аналитическую информацию. В современных условиях погашение кредитного бремени предполагает уплату суммы основного долга и процентов по кредиту на протяжении периода, установленного условиями кредитного договора. При этом, несмотря на длительный характер заимствования, часть долгосрочных обязательств должна быть погашена в текущей перспективе, что требует наличия достаточного объема ликвидных средств. Следует констатировать, что в настоящее время получение внешним пользователем отчетности необходимых сведений о распределении совокупного бремени обязательств по срокам не представляется возможным. В условиях отсутствия указанной информации при проведении анализа платежеспособности величина текущих долгов ошибочно ассоциируется лишь с краткосрочными обязательствами, что отрицательно сказывается на ценности результатов экономической диагностики.

Рассмотренные выше аспекты темы исследования позволяют сформулировать вывод о том, что в современных условиях развитие процедур анализа финансовой отчетности в значительной степени базируется на детализации элементов информационной базы и повышении степени их достоверности. Вместе с тем установление новых требований к раскрытию информации в бухгалтерской отчетности должно предполагать выраженный потенциал дальнейшего использования отчетных данных в процессе экономического анализа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Карпунина Е. В., Карпунин А. Ю. Анализ бухгалтерского баланса на предмет его ликвидности // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 7.
2. Кирпиков А. Н. Аналитическое обоснование методических алгоритмов расчета показателей платежеспособности и финансовой устойчивости организации // Вестник КГФЭИ. – 2010. – № 2(19).

3. Черненко А. Ф., Новикова Е. В. Информационно-методическое обеспечение анализа динамики платежеспособности // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2011. – № 19.

Кирпиков Алексей Николаевич, канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономический анализ и аудит», ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

Тел.: (843) 233-71-09

E-mail: axelgreat@mail.ru

DISCUSSABLE ASPECTS OF ECONOMIC DIAGNOSTICS OF PAYABILITY ON THE BASIS OF AN ORGANIZATION'S BALANCE SHEET DATA

Kirpikov Aleksey Nikolaevich, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof. of "Economic analysis and audit", Kazan (Volga) federal university. Russia.

Keywords: *analysis of balance liquidity, analysis of payability, analysis of financial condition.*

The work studies the discussable aspects of analyzing the liquidity of accounting balance of an organization and substantiates suggestions aimed at specifying the peculiarities of practical implementation of the examined methodological approach.

РИСКИ ФОРМИРОВАНИЯ КАПИТАЛА В ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

О. В. СКРИПКИНА

*ФГБОУ ВПО «Рязанский государственный радиотехнический университет»,
г. Рязань*

Аннотация. В статье рассматривается влияние финансовых рисков на величину собственного капитала. Предложена форма пояснений к бухгалтерскому балансу, раскрывающая информацию о финансовых рисках, влияющих на величину собственного капитала.

Ключевые слова: собственный капитал, финансовые результаты, риск ликвидности, рыночные риски, кредитные риски, бухгалтерская отчетность.

В условиях введения против Российской Федерации экономических санкций на первый план выходят вопросы обеспечения продовольственной безопасности страны. За счет продукции пищевой промышленности на 80-85% создаются стратегические запасы продовольствия в стране, следовательно, продовольственная безопасность во многом зависит от эффективности функционирования сельского хозяйства и отраслей перерабатывающей промышленности агропромышленного комплекса.

Необходимо увеличивать прибыль предприятий отраслей перерабатывающей промышленности АПК, повышать эффективность производства. И. А. Бланк отмечает, что уровень эффективности хозяйственной деятельности экономического субъекта определяется целенаправленным формированием его капитала [1].

Капитал организации подразделяется на собственный и заемный. Экономический субъект привлекает заемный капитал со стороны в виде кредитов и других внешних источников на определенный срок.

Собственный капитал организации представляет собой стоимость имущества, принадлежащего организации на праве собственности. В бухгалтерском учете размер собственного капитала исчисляется как разность между балансовой стоимостью имущества и обязательствами организации на данный момент времени.

Собственный капитал, сформированный за счет средств учредителей и прибыли, полу-

ченной в процессе деятельности организации, является основой деятельности любого хозяйствующего субъекта.

Формирование собственного капитала представляет собой часть общей финансовой стратегии экономического субъекта. Главные цели формирования собственного капитала – создание за его счет необходимого объема внеоборотных активов, образование определенной доли оборотных активов. Уменьшение же стоимости собственного капитала приводит к снижению благосостояния акционеров в перспективном периоде, поэтому в процессе оценки необходимо учитывать воздействие возможных рисков, влияющих на величину стоимости капитала.

Риск – это вероятность наступления неблагоприятного события, когда полученное значение финансового результата деятельности организации будет меньше ожидаемого и, следовательно, окажет влияние на величину собственного капитала в будущем. Решения, принимаемые в отношении управления рисками, могут быть отражены в системе бухгалтерского учета как события, оказывающие влияние на величину собственного капитала.

Министерство финансов РФ группирует риски по следующим видам: региональные, финансовые, страновые, репутационные, правовые и др. [3].

Финансовые риски выступают одним из факторов стоимости собственного капитала, так как зависимость между уровнем доходно-

сти и рисками формирования и использования капитала носит прямо пропорциональный характер.

Финансовые риски подразделяются на следующие группы: кредитные риски, риски ликвидности и рыночные.

Кредитные риски возникают в результате возможного неисполнения другими лицами обязательств по предоставленным им заемным средствам (в том числе в форме покупки облигаций, векселей, предоставлении отсрочки и рассрочки оплаты за проданные товары, выполненные работы или оказанные услуги). Кредитный риск формирования заемного капитала связан с риском повышения ставок по привлекаемым финансовым ресурсам, что может привести к затруднению выполнения организациями перерабатывающей отрасли обязательств по кредитам и займам. Для уменьшения влияния кредитного риска хозяйствующим субъектам следует сохранять достаточный уровень финансовой независимости.

Риски ликвидности ставят под сомнение возможности организации погасить своевременно и в полном объеме своевременно имеющиеся на отчетную дату кредиторскую задолженность поставщикам и подрядчикам, задолженность заимодавцам по полученным кредитам и займам. Следовательно, риски ликвидности оказывают негативное влияние как на процессы формирования, так и использования капитала.

Рыночные риски оказывают влияние, как на процесс формирования, так и использования капитала. Они связаны с возможными неблагоприятными для организации последствиями в случае роста цен на сырье, вспомогательные материалы, оборудование, в результате влияния которых увеличивается себестоимость продукции, и, следовательно, уменьшается прибыль организации.

Как отмечают В. С. Гуров, С. Г. Чеглакова в своей статье «Учетно-аналитическое обеспечение как инструмент управления рисками хозяйственной деятельности», осуществлять контроль за рисками можно на текущем уровне, который основан на данных финансовой отчетности, на тактическом уровне, основанном на использовании информации управленческого учета, и на стратегическом уровне, который предполагает оценку долгосрочных перспектив [3].

Положением по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99) предусмотрено раскрытие в годовой отчетности показателей, характеризующих потенциально существенные риски хозяйственной деятельности [4].

Информация о рисках приводится в Пояснениях к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах. Она может быть оформлена:

– в виде отдельного раздела Пояснений к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах;

– путем включения их в Пояснения к соответствующим показателям бухгалтерской отчетности.

В годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности по каждому виду рисков раскрывается информация о таких качественных характеристиках финансово-хозяйственной деятельности организации, как:

– подверженность организации рискам и причины их возникновения;

– механизм управления рисками (цели, политика, применяемые процедуры в области управления рисками, методы и т. п.);

– концентрация риска (описание конкретной общей характеристики, которая отличает каждую концентрацию (контрагенты, регионы, валюта и др.));

– изменения по сравнению с предыдущим отчетным периодом.

Также экономический субъект может сформировать отдельный отчет о рисках, и вместо дополнительных показателей пояснений привести в бухгалтерской отчетности ссылку на него [2].

Следует отметить, что российскими стандартами учета и отчетности не предусмотрена методика отражения в бухгалтерской отчетности рисков хозяйственной деятельности организаций. Поэтому нами предлагается форма отчета о финансовых рисках, влияющих на величину собственного капитала (табл. 1).

Отражение в отчетности информации о финансовых рисках повысит ее информативность и ценность для внешних пользователей. Учет же рисков, оказывающих влияние на размер собственного капитала, позволит повысить эффективность его формирования и использования, что положительно скажется на результатах финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов.

Таблица 1– Форма отчета о финансовых рисках, влияющих на величину собственного капитала

Наименование финансового риска	Ед. изм.	Методы оценки	Причины возникновения	На начало отчетного периода	Увел. за отчет. период	Ум. за отчет. период	На конец отчет. периода
Рыночные риски: – _____							
Кредитные риски: – _____							
Риск ликвидности: – просроченная кредиторская задолженность – просроченная задолженность по кредитам и займам							

ЛИТЕРАТУРА

1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент // Финансы и статистика. – 2003. – 656 с.
2. Воронина Е. В. Финансовые риски формирования и использования капитала в нефтегазовой отрасли: факторы и оценка стоимости // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2013. – № 2. – С. 20–23.
3. Гуров В. С., Чеглакова С. Г. Учетно-аналитическое обеспечение как инструмент управления рисками хозяйственной деятельности // Международный бухгалтерский учет. – 2014. – № 23. – С. 15–24.
4. Дьячкова О. Риски хозяйственной деятельности и их влияние на показатели отчетности // Практический бухгалтерский учет. Официальные материалы и комментарии. – 2012. – № 8. – С. 10–12.
5. Информация Министерства финансов России № ПЗ-9/2012 «О раскрытии

информации о рисках хозяйственной деятельности организации в годовой бухгалтерской отчетности» // Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=135436>.

6. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99) : Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 № 43н (ред. от 08.11.2010) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_107971/?frame=1.

Скрипкина Ольга Викторовна, канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономический анализ и учет», ФГБОУ ВПО «Рязанский государственный радиотехнический университет»: Россия, 390005, г. Рязань, ул. Гагарина, 59/1.

Тел.: (491) 246-03-03

E-mail: olgaskripkina2014@yandex.ru

RISKS OF CAPITAL FORMATION IN PROCESSING INDUSTRY

Skripkina Olga Viktorovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof. of “Economic analysis and audit” department, Ryazan State radio engineering university. Russia.

Keywords: *equity capital, financial results, risk of liquidity, market risks, credit risks, accounting reports.*

The article examines the influence of financial risks on the size of equity capital. It suggests the form of explanations for a balance sheet which uncovers the information about financial risks influencing the size of equity capital.

ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ДОКУМЕНТИРОВАНИЮ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА

О. В. КИСЕЛЕВА

*ФГБОУ ВПО «Рязанский государственный радиотехнический университет»,
г. Рязань*

Аннотация. В статье раскрываются организационно-методические подходы к документированию внутреннего контроля (ВК) экономического субъекта: документирование контрольной среды, рисков, контрольных процедур и установление критериев их оценки. Приведены примеры содержания процедур, подтверждающих наличие элементов документирования ВК. Сделан вывод о том, что документирование ВК является базой для установления организационно-методических основ и разработки регламента по внутреннему контролю конкретной организации.

Ключевые слова: внутренний контроль, документирование внутреннего контроля, контрольная среда, описание рисков, критерии оценки внутреннего контроля.

В настоящее время появилось достаточно много публикаций на тему внутреннего контроля (далее – ВК) хозяйствующего субъекта. Причиной повышенного внимания специалистов послужило принятие Федерального закона ФЗ-402 от 06.12.2011 года «О бухгалтерском учете». В частности, статья 19 «Внутренний контроль» устанавливает обязанность организации и осуществления внутреннего контроля фактов хозяйственной жизни [1].

Доведенная до хозяйствующих субъектов информация Минфина России № ПЗ-11/2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности» представляет собой базовые рекомендации, на основании которых организация сможет разработать собственные организационно-методические подходы к осуществлению внутреннего контроля [2].

Вопросы документирования ВК недостаточно раскрыты в научной литературе. Документирование является первым и надежным доказательством факта осуществления внутреннего контроля. Традиционно документирование ВК в экономическом субъекте может быть представлено «Положением о внутреннем контроле». Однако, отсутствие

указанного внутреннего регламента (положения) не доказывает, что внутренний контроль не осуществляется. Подтверждением осуществления контроля могут быть организационно-распорядительные документы, подтверждающие проведение инвентаризаций, ревизий, инструктажей и контроля рабочего времени персонала, наличие средств и методов сохранности имущества, протоколы заседаний ревизионных и инвентаризационных комиссий и других аналогичных мероприятий.

При определении элементов документирования целесообразно обратиться к разделам 2 и 3 информации Минфина России № ПЗ-11/2013, в соответствии которыми представляется возможным выделить следующие организационно-методические подходы: документирование контрольной среды, документирование рисков, документирование контрольных процедур, документирование процессов коммуникации на различных уровнях управления и сферах деятельности экономического субъекта, то есть доступности для определенного круга должностных лиц «...информации о рисках, относящихся к сфере его ответственности, об отведенной ему роли и задачах по осуществлению внутреннего контроля и информированию руководства» [2], документирование процедур оценки внутреннего контроля.

Таблица 1 – Элементы документирования внутреннего контроля экономического субъекта (составлено автором)

Наименование элемента документирования внутреннего контроля	Содержание процедур, подтверждающих наличие элементов документирования внутреннего контроля
1. Документирование контрольной среды	
Уставные документы организации	В уставе организации должна содержаться информации о наличии органов внутреннего контроля, порядке их образования, деятельности и полномочиях. Проверяется наличие положений об организации внутреннего контроля в уставных документах хозяйствующего субъекта
Положение о службе внутреннего контроля (деятельности контрольно-ревизионной комиссии)	Проверяется наличие положения, а также документы, подтверждающие его действенность (приказы, распоряжения, отчеты о работе, акты проверок и т. д.)
Положение об учетной политике	Проверяется наличие регламента. В его составе должны быть выделены положения, регулирующие порядок учета затрат на производство, или соответствующий раздел «Учет затрат на производство»
Положение о документообороте	Проверяется наличие регламента. В его составе должны быть определены особенности создания документов произвольной формы, графика документооборота, регулирующего движение документации, связанной с затратами на производство и выходом продукции
Организационно-распорядительные документы	Проверяется наличие прочих организационно-распорядительных документов, подтверждающих уровень контрольной среды (приказы о проведении ревизий, инвентаризаций, отчеты о работе инвентаризационных и ревизионных комиссий, протоколы заседаний, акты)
Информационные технологии и технические средства	Проверяется наличие информационных технологий, технических средств, способствующих контролю за рабочим временем, несанкционированным доступом в производственные и складские помещения, соблюдением контрольно-пропускного режима
2. Документирование рисков	
Пример документирования рисков рассмотрен в таблице 2	
3. Документирование контрольных процедур	
Инвентаризация	Проверяется наличие положения об инвентаризации. Изучаются приказы (распоряжения) руководства о проведении инвентаризации, акты инвентаризации, протоколы заседаний инвентаризационных комиссий, бухгалтерские документы по отражению результатов инвентаризации в учете
Организация материальной ответственности	Проверяется наличие положения о материальной ответственности. Если положение отсутствует, то организация материальной ответственности подтверждается наличием заключенных договоров о полной материальной ответственности с отметкой о вручении экземпляра договора материально-ответственному лицу, а также журнала регистрации договоров
Документирование фактов хозяйственной жизни	Проверяется наличие графика документооборота, а также в должностных инструкциях работников, в том числе цехового персонала, положения о соблюдении графика документооборота, в части касающегося их работы. Проверяется наличие подписей соответствующих извлечений из графика, подтверждающих, что сотрудники с графиком ознакомлены
4. Документирование процессов коммуникации	
Положения о структурных подразделениях (в том числе Положение о бухгалтерии)	Проверяется наличие положений, в частности о взаимодействии различных подразделений в части получения и передачи информации о возможных рисках и функциях подразделения по осуществлению внутреннего контроля
Должностные инструкции	Проверяется наличие в должностных инструкциях положений о возможных служебных взаимосвязях относящихся к сфере ответственности работника, об отведенной ему роли и задачах по осуществлению внутреннего контроля
5. Документирование процедур оценки внутреннего контроля	
Акты работы ревизионных, инвентаризационных комиссий, приказы, распоряжения по личному составу	Проверяется наличие информации, указывающей на отсутствие хищений, злоупотреблений, недостач, возникновения материальной ответственности. Источником информации могут послужить также приказы, распоряжения по личному составу об объявлении благодарности награждении, премировании за образцовое выполнение служебных обязанностей

Таблица 2 – Описание возможных рисков (примеры), присущих производственному процессу (составлено автором)

Факты хозяйственной жизни, порождающие риск	Причина риска	Последствия риска
Непроведение инвентаризации, сверки фактического наличия заделов, заказов, остатков сырья в цехе с учетными данными	Отсутствие контроля руководства за совершением данных процедур. Возможны факты сокрытия руководством подразделений сведений об уже имеющихся недостачах сырья, готовой продукции и прочих материальных ценностей	В бухгалтерском учете будут отражены некорректные данные о стоимости МПЗ, незавершенного производства, что приведет к искажению данных бухгалтерской отчетности и налогооблагаемых баз. Велика вероятность наличия неиспользованного сырья в цехах
Несоблюдение графика документооборота в части затрат на производство, а также санкционирования (авторизации) фактов хозяйственной жизни	Отсутствие контроля руководства за совершением процедуры	Подвергается сомнению юридическая сила первичных документов, на основании которых формируются затраты. Возможно включение неподтвержденных документально затрат в состав расходов, учитываемых при налогообложении прибыли
Несоответствие учетных данных фактическому наличию готовой продукции на производственных участках в цехах	Неподтвержденная документально готовая продукция. Фактическое отставание ведения бухгалтерского учета от фактов хозяйственной жизни. Отсутствие в штате цехового персонала учетного работника	Создается благоприятная среда для злоупотреблений, махинаций, хищений

Многие элементы, процедуры, подтверждающие осуществление контроля, отражены в действующих организационно-распорядительных документах организации. Однако без обобщения и систематизации трудно оценить, насколько полно зафиксирована вся существенная информация, необходимая для достаточного понимания ВК предприятия. В таблице 1 обобщены возможные подтверждения наличия элементов документирования внутреннего контроля.

Документирование рисков предполагает их описание с указанием факта хозяйственной деятельности (события), порождающего риск, причины возникновения, а также негативные последствия.

Каждый хозяйствующий субъект характеризуется спецификой деятельности, применительно к которой составляется описание рисков. В таблице 2 продемонстрированы общие подходы к описанию возможных при осуществлении процесса производства рисков. Оценить вероятность возникновения риска в производстве можно лишь полностью владея информацией о самом производстве, его технологии, схемах движения сырья, материалов, готовой продукции, составе затрат, особенностях их возникновения и формирования,

персональной ответственности работников. Бухгалтерская информация также может послужить основой для выявления точек возникновения производственных рисков.

Приведенные в таблице 2 примеры позволяют представить содержание документирования рисков. Экономический субъект принимает решения, направленные на минимизацию риска.

Оценка процедур внутреннего контроля, в традиционном понимании, может заключаться в определении их эффективности, причем каждая организация разрабатывает собственные подходы к выявлению критериев оценки. Например, авторы статьи «К вопросу проектирования процедур внутреннего контроля при организации бухгалтерского учета» предлагают следующие критерии оценки эффективности процедур внутреннего контроля фактов хозяйственной жизни.

1. Возможность идентификации недостатков бухгалтерского учета.
2. Возможность оперативного выявления недостатков бухгалтерского учета в соответствии с установленной концепцией организации бухгалтерского учета.
3. Возможность модификации элементов организации бухгалтерского учета по результатам контрольных процедур.

4. Возможность оперативного устранения выявленных недостатков ведения бухгалтерского учета.

5. Совокупное соотношение выявленных отклонений в денежном выражении к затратам на осуществление контрольных процедур за период» [3].

Таким образом, охарактеризовав основные организационно-методические подходы к документированию внутреннего контроля, мы пришли к следующему выводу. Несмотря на то, что законодательство о бухгалтерском учете не устанавливает экономическому субъекту ограничения в части выбора средств и процедур контроля, документирование ВК является его базовым элементом, позволяющим создать базу для составления внутреннего регламента «Положения о внутреннем контроле экономического субъекта».

ЛИТЕРАТУРА

1. О бухгалтерском учете : Федеральный закон № 402-ФЗ от 06.12.2011 г. (в ред.

изм. от 28.12.2013 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/70103036>.

2. Информация Минфина России № ПЗ-11/2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности».
3. Санникова И. Н., Киселева О. В. К вопросу проектирования процедур внутреннего контроля при организации бухгалтерского учета // Известия Алтайского государственного университета. – 2014. – № 1-2(82). – С. 288–292.

Киселева Ольга Владимировна, канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономический анализ и учет», ФГБОУ ВПО «Рязанский государственный радиотехнический университет»: Россия, 390005, Рязань, ул. Гагарина, 59/1.

Тел.: (491) 246-03-03

E-mail: ogakiseleva2008@mail.ru

ORGANIZATIONAL-METHODOLOGICAL APPROACHES TO DOCUMENTING INTERNAL CONTROL OF AN ECONOMIC ENTITY

Kiseleva Olga Vladimirovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof. of “Economic analysis and accounting” department, Ryazan State radio engineering university. Russia.

Keywords: *internal control, documenting internal control, control environment, description of risks, criteria of internal control assessment.*

The article describes the organizational-methodological approaches to documenting internal control of an economic entity, documenting control environment, risks, control procedures and establishing the criteria for their assessment. It gives the examples of the content of procedures which prove the presence of elements of internal control documentation. The author comes to the conclusion that documenting IC is the basis for the establishment of organizational-methodological foundations and the development of norms for internal control in a specific organization.

ВНЕДРЕНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Е. А. АСТРАХАНЦЕВА, Е. И. СОКОЛЬСКАЯ

*Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации
«Российский университет кооперации»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. В статье подчеркивается значимость управленческого учета, способствующего эффективному хозяйствованию организаций здравоохранения и обеспечению их экономической безопасности.

Ключевые слова: бухгалтерский управленческий учет, экономическая безопасность, организации здравоохранения.

Начиная с 1990-х годов, экономика России претерпела существенные изменения, которые также сказались на развитии системы здравоохранения. Таким образом, государственная система здравоохранения, которая существовала многие десятилетия, постепенно перешла к системе социального страхования. Система социального страхования считается наиболее гибкой и передовой, отвечающей современным условиям. Появился и достаточно интенсивно развивается такой сектор как частные медицинские учреждения. Частные медицинские учреждения, работающие в системе здравоохранения, функционируют за счет добровольной оплаты медицинской услуги ее потребителем. Такие учреждения имеют статус негосударственных, коммерческих медицинских организаций. Если при государственной системе здравоохранения источником финансирования являлся только государственный бюджет, то в современных условиях у системы здравоохранения появляются различные источники финансирования. Частные медицинские учреждения, как правило, финансируются за счет личных средств граждан и прибыли юридических лиц. К тому же эти организации отличаются предоставлением широкого спектра медицинских услуг. Однако недостаточно просто открыть частное медицинское учреждение, необходимо наладить его эффективное управление и функционирование.

Одним из эффективных элементов управления, в том числе организацией здравоохранения, является постановка и внедрение управленческих технологий, обеспечивающих быстрое реагирование на возникновение кризисной ситуации. Эффективное управление предполагает по мимо всего прочего и постоянный контроль за состоянием, исключающий возникновение острых кризисов: «управлять – значит предвидеть». Мониторинг состояния деятельности организации, предотвращение негативных кризисных ситуаций будет способствовать экономической безопасности организаций здравоохранения.

Экономическая безопасность – это совокупность условий и факторов, которые способны обеспечить независимость экономики. Стабильное и устойчивое развитие экономики достигается комплексом мер, которые сдерживают факторы, дестабилизирующие экономику, и укрепляют ее способность к саморазвитию и прогрессу. Некоторые ученые предполагают, что экономическая безопасность по своей сути означает состояние защищенности жизненно важных экономических интересов от внешних и внутренних угроз и затрагивает широкий спектр своих проявлений. Организация всегда находится в состоянии постоянного обмена с внешней средой, обеспечивая тем самым себе возможность выживания. Внешняя среда является источником, питающим организацию ре-

сурсами, необходимыми для поддержания ее внутреннего потенциала на должном уровне. Почти всегда существует возможность того, что организация не сможет получить нужные ресурсы, а это ослабит ее потенциал и сможет привести к негативным последствиям [3].

Основное предназначение управленческого учета состоит в обеспечении взаимодействия организации со средой, позволяющей ей находиться на уровне достаточном для достижения намеченных целей, обеспечивать экономическую безопасность и выживать в долгосрочной перспективе.

Разработка теоретико-методологических основ внешней и внутренней среды предприятий здравоохранения, особенностей их функционирования, определение их места и роли в системе экономических отношений являются важнейшими составляющими организационно-экономического механизма обеспечения экономической безопасности.

Функционирование системы экономической безопасности осложняется дефицитом количественной и качественной информации на ранних стадиях кризисного процесса. В настоящее время недостаточно эффективных инструментов антикризисного управления, разработанных с позиций раннего обнаружения сигналов развития кризисных процессов. Обеспечить оперативной количественной и качественной информацией аппарат управления призван управленческий учет.

В процессе финансово-хозяйственной деятельности у медицинского учреждения возникает ряд проблем, которые можно подразделить на финансовые, учетные и медико-экономические.

Принятие новых нормативных документов не всегда позволяет решить уже имеющиеся вопросы в области бухгалтерского учета, но и может привести к появлению новых проблем. На организацию бухгалтерского учета в медицинском учреждении, в первую очередь, будут влиять изменения условий деятельности. Исходя из этого, можно сделать вывод, что эффективность выбранного варианта организации бухгалтерского учета напрямую зависит от условий деятельности этого учреждения. Сложившаяся, так называемая традиционная, организация бухгалтерского учета в здравоохранении основывалась на том, что расходы медицинского учреждения покрывались из бюджета государства.

Для эффективного управления должны быть разработаны соответствующие направления по развитию информационной системы управленческого учета, входящей в состав учетно-аналитической системы и способствующей повышению экономической безопасности экономического субъекта. С этой целью предприятие самостоятельно должно выстроить концепцию управленческого учета и разработать методические рекомендации, позволяющие обеспечить единую учетную среду, которая способствует принятию эффективных управленческих решений как для текущей деятельности, так и на перспективу. Для формирования и анализа данных управленческого учета медицинскому учреждению необходимо определиться с перечнем центров возникновения затрат. Это позволит обеспечить доступность и полезность учетной информации для пользователей.

В процессе реформ системы здравоохранения особое внимание уделяется внедрению информационных технологий и организации управленческого учета, что приведет к росту экономической эффективности деятельности медицинского учреждения и качества оказываемых услуг. Применение современных информационных технологий в совокупности с управленческим учетом способствуют формированию более эффективной системы управления, базирующейся на анализе оперативной информации и контроле качества оказываемых услуг.

При этом руководитель получает информацию, позволяющую объективно оценить уровень технологической дисциплины на каждом этапе ведения пациента, участвовать в процессах лечения и диагностики, обеспечивая его безопасность. Кроме того, руководитель может оценить потребности отдельных подразделений в материальных и финансовых ресурсах. Для медицинской организации внедрение таких технологий позволит повысить ее конкурентоспособность среди множества аналогичных учреждений, а так же оптимизировать объемы и структуру оказываемых услуг, увеличив отдачу всех имеющихся ресурсов (материально-технических и финансовых). Такие преимущества возможны только при объединении всех аспектов медицинской и финансово-хозяйственной деятельности в едином информационном поле.

Использование информационных технологий с целью слияния информационных потоков медицинской организации, создания интегрированной информационной системы и, как следствие, единого информационного пространства всех служб и структурных подразделений медицинской организации позволит поднять на качественно новый уровень оказание медицинской помощи и рациональное использование ресурсов. Современные условия хозяйствования для обеспечения информацией пользователей бухгалтерской отчетности требуют разработки новых методик учета.

Изменения в процессе реформ коснулись отношений собственности и форм хозяйственности. Эти изменения приводят к использованию показателей, характеризующих специфику деятельности медицинских учреждений, появляется новая функция, связанная с обработкой учетно-аналитических данных с позиции обеспечения экономической безопасности. По этой причине организационно-методический и планово-экономический отделы медицинского учреждения должны быть обеспечены полной информацией. Для постановки системы управленческого учета, обеспечивающего экономическую безопасность в здравоохранении, реформированием должны быть охвачены все стадии хозяйственного процесса: сбор, обработка, обобщение и анализ информационных данных.

ЛИТЕРАТУРА

1. Астраханцева Е. А., Поздеев В. Л., Лукачанова Е. А., Леухина Т. Л. Финансовое оздоровление предприятия: методология учетно-аналитического обеспечения : монография. – Печать-Сервис-XXI век, 2013. – 310 с.
2. Бухгалтерский учет в сфере услуг / М. А. Вахрушина, Т. П. Карпова, А. М. Петров [и др.]. – М. : Рид Групп, 2011.
3. Экономическая безопасность: теория, методология, практика / под науч. ред. П. Г. Никитенко, В. Г. Булаво. – Минск : Право и экономика, 2009. – 394 с.

Астраханцева Елена Анатольевна, канд. экон. наук, доцент, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Сокольская Елена Игоревна, ст. преподаватель, аспирант, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (843) 272-80-91

E-mail: astra_hanzeva@mail.ru

INTRODUCTION OF MANAGEMENT ACCOUNTS IN HEALTHCARE ORGANIZATIONS AS THE INSTRUMENT FOR ECONOMIC SAFETY PROVISION

Astrakhanseva Elena Anatolievna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation"). Russia.

Sokolskaya Elena Igorevna, senior lecturer, post-graduate student, Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation"). Russia.

Keywords: *management accounts, economic safety, healthcare organizations.*

The work places an emphasis on the importance of management accounts, which aid the efficient economic activity of healthcare organizations and provide their economic safety on the basis of accounting information.

ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ С ПОЗИЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

*Э. Н. ФАХРЕТДИНОВА, Е. А. АСТРАХАНЦЕВА**

ФГБОУ ВПО «Казанский государственный аграрный университет».

**Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Статья подчеркивает, что пользователи финансовой отчетности должны иметь исчерпывающий объем информации, позволяющий им принять решения, обеспечивающие экономическую безопасность хозяйствующего субъекта. Этому в определенной степени соответствует отчетность, составляемая по МСФО.

Ключевые слова: концептуальные основы, финансовая отчетность, пользователи, экономическая безопасность.

Вопросы международного сотрудничества и внешнеэкономических связей в современных экономических условиях имеют немаловажное значение. Бизнес должен постоянно развиваться, для чего необходимы дополнительные ресурсы, в том числе и привлечение иностранных инвестиций. Инвесторы разных стран стремятся выгодно разместить свой капитал с минимальными рисками. Одним из инструментов контроля за вложенными средствами и минимизации рисков является отчетность, составленная по Международным стандартам финансовой отчетности (МСФО). Большинство организаций стремится занять свое место на рынке с минимальными рисками, что предполагает необходимость укрепления экономической безопасности хозяйствующих субъектов, выходящих на мировой рынок.

В связи с этим информация рассматривается как существенный элемент производственного процесса. Своевременное выявление угроз на основе финансовой отчетности, способствующей анализу финансового состояния и финансовой устойчивости пользователями, есть важное условие экономической безопасности.

В специальном документе – «Принципы подготовки и составления финансовой отчетности» (далее – Принципы) – были заложены базовые принципы, применяемые при составлении финансовой отчетности и представлении ее пользователям. Новые усовер-

шенствованные принципы стали называться «Концептуальными основами финансовой отчетности». Основопологающим моментом Концептуальных основ финансовой отчетности является цель финансовой отчетности общего назначения. Рассмотрим основные различия Принципов и Концептуальных основ, а также трактовку в российском законодательстве цели подготовки финансовой отчетности (табл. 1).

Проведенный анализ позволил нам сделать следующие выводы.

В Принципах и в российском законодательстве в определении цели подготовки финансовой отчетности заложен состав информации, предоставляемой пользователям (информация о финансовом положении и результатах деятельности). Более того, в Федеральном Законе № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» содержится прямое указание о предоставлении отчета о движении денежных средств, то есть в определении «концентрируется внимание на достоверном формировании конкретных отчетов» [2]. При подготовке новой трактовки в Концептуальных основах Совет по Международным стандартам финансовой отчетности (СМСФО) исходил из того, что порядок представления отчетности является лишь инструментом достижения цели финансовой отчетности – предоставления информации, которая будет полезна пользователям и, в первую очередь, инвесторам.

Таблица 1 – Различия в трактовке цели подготовки финансовой отчетности в системе МСФО и российском законодательстве

Принципы подготовки и составления ФО	Концептуальные основы ФО	Российское законодательство
Цель составления финансовой отчетности		
Представлять информацию о финансовом положении, результатах хозяйственной деятельности и изменениях финансового положения компании, полезную для широкого круга пользователей с точки зрения принятия решений	Предоставление финансовой информации об отчитывающейся организации, которая является полезной для существующих и потенциальных инвесторов, заимодавцев и прочих кредиторов при принятии ими решений о предоставлении данной организации ресурсов	<i>ПБУ 4/99</i> : достоверное и полное представление о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении. <i>В Концепции от 2004 г.</i> : формирование информации о деятельности хозяйствующих субъектов, полезной для принятия экономических решений заинтересованными внешними и внутренними пользователями. <i>ФЗ «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ</i> : достоверное представление о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период, необходимое пользователям этой отчетности для принятия экономических решений
Пользователи финансовой отчетности		
Инвесторы, работники, заимодавцы, правительство, поставщики, покупатели	Потенциальные инвесторы, заимодавцы и прочие кредиторы	<i>ПБУ 4/99</i> : учредители, инвесторы, кредитные организации, кредиторы, покупатели, поставщики

Если рассматривать тенденцию развития формулировки в рамках российских нормативных документов, то на более раннем этапе (в ПБУ 4/99) акцентируется внимание на достоверности финансовой отчетности, заключающейся в соответствии ее законодательству по бухгалтерскому учету, в то же время не указывается основное предназначение финансовой отчетности – принятие экономических решений. В Концепции развития бухгалтерского учета и отчетности 2004 г. и в ФЗ «О бухгалтерском учете» данное несоответствие устранено.

В российском законодательстве и Принципах полезность информации, предоставляемой в финансовой отчетности, заключается в том, что она позволяет пользователям принимать решения, причем, в отличие от международного подхода, в нормативных документах России – решения экономического характера. В Концептуальных основах уточняется, что эти решения связаны с предоставлением ресурсов отчитывающейся организации.

Отчетность, составленная по МСФО, во многом будет способствовать разработке антикризисной стратегии и тактики. В уже возникшей на предприятии кризисной ситуации финансовая отчетность должна предоставить такому пользователю как антикризисный ме-

неджер адекватную информацию обо всех имеющихся ресурсах. Последующий их анализ будет способствовать выходу предприятия из кризисных условий.

Перечень пользователей, приведенный в российском законодательстве и в Принципах МСФО, отличается по отдельным позициям: российский подход не предполагал в составе пользователей работников и общественность, иначе рассматривались информационные потребности государственных органов (в МСФО правительственные органы определяют по данным финансовой отчетности политику в отношении предприятий, в российской практике используют для контроля за правильностью уплаты налогов и выполнения законодательства).

Для обеспечения экономической безопасности организациям необходимо применять принцип должной осмотрительности при взаимоотношениях с контрагентами. Поведение расценивается как осмотрительное, если налогоплательщик при выборе контрагента по условиям делового оборота оценил не только сделку, но и платежеспособность, риск неисполнения обязательств, наличие необходимых ресурсов. Непроявление принципа должной осмотрительности приведет предприятие к сни-

жению экономической безопасности. В связи с этим повышается роль информативности финансовой отчетности для внешних пользователей, принимающих управленческие решения в рамках указанной осмотрительности. В противном случае фискальные органы могут расценить отсутствие предварительного анализа как умышленное уклонение от уплаты налогов и ввести санкции.

Кроме того, в отличие от российского законодательства МСФО не делят пользователей бухгалтерской информации на внутренних и внешних (ФО, составленная в соответствии с международными принципами, нацелена исключительно на удовлетворение информационных потребностей внешних пользователей).

В Концептуальных основах сужен круг потенциальных пользователей финансовой отчетности до тех, которые непосредственно смогут выделить предприятию ресурсы – инвесторов, заимодавцев и прочих кредиторов. Однако, это не препятствует организации предоставлять дополнительную информацию, которая наиболее полезна для какой-либо определенной подгруппы пользователей. Хозяйствующим субъектам необходимо более обширно использовать информационные возможности финансовой отчетности в целях контроля за финансово-экономической конъюнктурой, что в полной мере позволит минимизировать постоянно возникающие риски и обеспечить экономическую безопасность.

Финансовая отчетность в механизме управления экономической безопасностью направлена на улучшение качества ее обеспечения и выявление новых угроз.

Формирование учетно-аналитической системы, базирующейся на надежной и досто-

верной учетной информации, позволяет мониторить и контролировать производственные процессы, выявлять отрицательные тенденции и находить перспективные направления развития. Все это является важным условием обеспечения экономической безопасности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Астраханцева Е. А. Финансовое оздоровление организации: проблемы учетно-аналитического обеспечения. – Казань : Печать-Сервис-XXI век, 2012. – 192 с.
2. Кузьмин М. Введение в МСФО. Концептуальные основы финансовой отчетности // МСФО на практике. – 2013 – № 6 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://msfo-practice.ru>.
3. Фахретдинова Э. Н., Клычава Г. С. Учет основных средств в субъектах малого и среднего предпринимательства аграрного сектора // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2014. – № 8. – С. 38–45.
4. Юрьева Ю. Концептуальные основы: перезагрузка // МСФО на практике. – 2013. – № 9 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://msfo-practice.ru>.

Фахретдинова Эльвира Наилевна, канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Казанский государственный аграрный университет»: Россия, 420015, г. Казань, ул. Карла Маркса, 65.

Астраханцева Елена Анатольевна, канд. экон. наук, доцент, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (843) 236-65-22

E-mail: fahretdinovae@mail.ru

USERS OF FINANCIAL REPORTS FROM THE POSITION OF ECONOMIC SAFETY

Fakhretdinova Elvira Nailevna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan State agrarian university. Russia.

Astrakhanseva Elena Anatolievna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”). Russia.

Keywords: *conceptual foundations, financial reports, users, economic safety.*

The article points out the fact that it is necessary for the users of financial reports to have comprehensive information which enables them to make decisions that ensure the economic safety of an economic entity. This is partly aided by the reports compiled according to ISFR.

К ВОПРОСУ ОБ АКТУАЛЬНОСТИ УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Е. А. АСТРАХАНЦЕВА

*ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Статья указывает на актуальность учетно-аналитического обеспечения как основного механизма оперативного реагирования на возникающие угрозы. Бухгалтерский учет и анализ должны стать основными элементами системы учетно-аналитического обеспечения, способными обеспечить экономическую безопасность организации.

Ключевые слова: экономическая безопасность, бухгалтерский учет, учетно-аналитическое обеспечение, учетная политика.

В современной российской экономике организации постоянно сталкиваются с различными внешними и внутренними угрозами, как техногенные, экологические, социальные, криминальные, а следовательно, возникает и необходимость защиты интеллектуальной собственности и персонала, имущества и коммерческой тайны, что напрямую указывает на обеспечение экономической безопасности.

В действующем российском законодательстве нет четкого определения экономической безопасности. Существующий Федеральный закон РФ «О безопасности» № 390-ФЗ также не содержит каких-либо четких определений. В предыдущей редакции закона от 5 марта 1992 г. содержалось лишь общее понятие безопасности: «Безопасность – состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз».

Жизненно важные интересы – совокупность потребностей, удовлетворение которых надежно обеспечивает существование и возможности прогрессивного развития личности, общества и государства» [1]. Можно сделать вывод, что состояние безопасности характеризуется возможностью существования и прогрессивного развития, в том числе коммерческой организации (как части общества).

Однако ФЗ № 390 «О безопасности» содержит основные принципы обеспечения безопасности, в числе которых «системность и комплексность применения ... социально-

экономических, информационных, правовых и иных мер обеспечения безопасности» [2]. Из чего можно сделать вывод, что в определенной степени речь идет и об экономической безопасности.

Это подтверждает и первая статья действующей редакции закона, раскрывающая предмет регулирования: «... определяет основные принципы и содержание деятельности по обеспечению безопасности государства, общественной безопасности, экологической безопасности, безопасности личности, иных видов безопасности...». Под иными можно понимать и экономическую безопасность. Следовательно, определенные положения данного законодательства имеет смысл переложить и на экономическую безопасность.

Обозначенный в законе принцип приоритета предупредительных мер в целях обеспечения безопасности указывает на актуальность учетно-аналитического обеспечения, как основного механизма оперативного реагирования на возникающие угрозы.

Отдельная статья закона перечисляет виды деятельности по обеспечению безопасности, в числе которых:

- прогнозирование, выявление, анализ и оценку угроз безопасности;
- разработка и применение комплекса оперативных и долговременных мер по выявлению, предупреждению и устранению угроз безопасности, локализации и нейтрализации последствий их проявления;

- применение специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности;
- правовое регулирование в области обеспечения безопасности;
- организация научной деятельности в области обеспечения безопасности;
- финансирование расходов на обеспечение безопасности, контроль за целевым расходованием выделенных средств;
- международное сотрудничество в целях обеспечения безопасности.

Данный перечень не что иное, как прямое подтверждение актуальности учетно-аналитического обеспечения экономической безопасности. Обеспечение экономической безопасности способствует эффективному функционированию коммерческой организации в современных условиях.

Однако из всего перечня нормативно-правового регулирования бухгалтерского учета в РФ в настоящее время нет конкретных указаний на обеспечение экономической безопасности хозяйствующего субъекта. То есть пункт «правовое регулирование» в области обеспечения безопасности требует существенной доработки.

Организация научной деятельности в области обеспечения экономической безопасности в настоящее время уже стала объектом пристального внимания ряда ученых-экономистов, в том числе по бухгалтерскому учету и анализу. Данная проблема весьма актуальна для современной российской экономики. Актуальность учетно-аналитического обеспечения экономической безопасности подтверждает и пункт, указывающий на необходимость контроля за целевым расходованием средств, выделяемых на финансирование расходов по обеспечению безопасности. Информация, предоставляемая на основе учета и анализа, способствует оперативному реагированию на появление каких-либо угроз и недопущение кризисных ситуаций.

Если же организация уже находится в кризисном состоянии или в оздоровительных процедурах банкротства и на восстановление ее кредитоспособности и платежеспособности инвесторы, а порой и государство, выделили средства, то пристальное внимание с их стороны приобретает контроль целевого использования средств на основе учетно-аналитической информации.

В части международного сотрудничества в целях обеспечения экономической без-

опасности с позиции учетно-аналитического обеспечения рассматривается практика применения российскими организациями международных стандартов учета и финансовой отчетности.

Актуальность учетно-аналитического обеспечения экономической безопасности прослеживается в российских стандартах по бухгалтерскому учету. Так, ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации» содержит указание на допущение непрерывности деятельности – при формировании учетной политики предполагается, что организация будет продолжать свою деятельность в обозримом будущем и у нее отсутствуют намерения и необходимость ликвидации, следовательно, обязательства будут погашаться в установленном порядке. Достичь непрерывности деятельности возможно, только обеспечив себе экономическую безопасность [3].

Экономическая безопасность есть необходимое условие непрерывной деятельности организации. На это указывают и международные стандарты финансовой отчетности. Так, МСБУ (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» указывает, что при составлении финансовой отчетности менеджеры организации обязаны оценить способность организации продолжать свою деятельность. Финансовая отчетность в обязательном порядке должна составляться на основе допущения непрерывности деятельности, за исключением случаев, когда руководство организации либо само намеревается ликвидировать организацию или прекратить ее деятельность, либо вынуждено избрать такой способ действий в силу отсутствия иных реальных альтернатив. Если руководство организации в ходе проведения оценки осведомлено о существенных неопределенностях (угрозах), связанных с событиями или условиями, которые могут вызвать значительные сомнения в способности организации непрерывно осуществлять свою деятельность в дальнейшем, эти неопределенности должны быть в обязательном порядке раскрыты в финансовой отчетности [4].

Постоянному учетно-аналитическому мониторингу подвергаются факторы, сопряженные с текущей и предполагаемой рентабельностью, графики погашения долговых обязательств и потенциальные источники альтернативного финансирования. В случае неспособности обеспечить экономическую без-

опасность предприятию грозит кризис и как следствие – банкротство. Уже на этапе формирования учетной политики бухгалтер должен заложить элементы системы учетно-аналитического обеспечения, способные обеспечить экономическую безопасность организации.

В настоящее время не все организации осознают актуальность формирования системы экономической безопасности, используя данные финансового и управленческого учета, отчетности и анализа сведений об активах и обязательствах, что позволило бы оперативно реагировать на возникающие внутренние и внешние угрозы. В финансово-хозяйственной деятельности предприятия весьма ограничено использованием данных бухгалтерского управленческого учета в процессе принятия управленческих решений.

У организации должны быть экономические возможности продолжать свою деятельность в обозримом будущем, и она способна продолжать свою деятельность с помощью экономических возможностей, которые определяются составом и структурой имеющихся активов. Следовательно, крайне важна учетно-аналитическая информация об активах и

обязательствах организации, обеспечивающая ее экономическую безопасность.

ЛИТЕРАТУРА

1. О безопасности : Закон РФ от 5 марта 1992 г. № 2446-1.
2. О безопасности : Федеральный закон от 28 декабря 2010 года № 390-ФЗ.
3. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» ПБУ 1/08 Приказ МФ РФ №106-н от 06.10.2008.
4. Международные стандарты финансовой отчетности : учеб. пособие / под ред. И. А. Смирновой. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 672 с.

Астраханцева Елена Анатольевна, канд. экон. наук, доцент, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (843) 272-80-91

E-mail: astra_hanzeva@mail.ru

ON THE PROBLEM OF THE TOPICALITY OF ACCOUNTING-ANALYTICAL SUPPORT OF THE ECONOMIC SAFETY OF ORGANIZATIONS.

Astrakhantseva Elena Anatolievna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation "Russian university of cooperation"). Russia.

Keywords: *economic safety, accounting, accounting-analytical support, accounting policy.*

The article points out the topicality of accounting-analytical support as the main mechanism of operative response to the arising threats. Accounting and analysis must become the main elements of the system of accounting-analytical support and provide the economic safety of an organization.

ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И РАСЧЕТА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В УЧРЕЖДЕНИЯХ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

*К. Л. СВЕЧНИКОВ, Л. Т. ЯХИНА, Н. М. ГАЛИМАРДАНОВА, В. З. МИННИГАЛЕЕВА,
Е. И. СОКОЛЬСКАЯ*

*Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации
«Российский университет кооперации»
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. В статье рассматривается практический аспект информационно-технологического обеспечения бухгалтерского учета и расчета заработной платы в учреждениях здравоохранения Республики Татарстан.

Ключевые слова: новая система оплаты труда, информационно-технологическое обеспечение, расчет заработной платы, локальная сеть, сервер, рабочие станции, специализированное программное обеспечение.

В соответствии с указом Президента РФ и программой поэтапного совершенствования системы оплаты труда в государственных (муниципальных) учреждениях на 2012–2018 гг. конкретные мероприятия по совершенствованию системы оплаты труда работников, оказывающих медицинские услуги, в сочетании с мерами по повышению эффективности, качества и доступности, определены «дорожной картой» [3]. Определены этапы повышения уровня оплаты труда различных категорий работников здравоохранения и ежегодных контрольных показателей соотношения средней заработной платы врачебного, среднего и младшего медицинского персонала к средней заработной плате в субъекте РФ. По разным оценкам, к 2018 г. заработная плата врачей и специалистов с медицинским образованием по сравнению с 2012 г. должна вырасти в 3 раза, среднего и младшего медицинского персонала – в 2,6 раза.

Одновременно с ростом заработной платы медицинских работников государственных учреждений здравоохранения будет совершенствоваться новая система оплаты труда, внедренная в Российской Федерации в 2008 г. Республика Татарстан фактически перешла на новую систему оплаты труда в сфере здравоохранения в се-

редине 2012 г. При совершенствовании системы оплаты труда особое внимание будет уделяться необоснованной дифференциации в уровне оплаты труда руководителей и работников учреждений здравоохранения, совершенствованию критериев и показателей эффективности как государственных учреждений здравоохранения, так и медицинского персонала, установления указанных критериев и показателей в учреждениях здравоохранения.

В итоге обработка различных критериев и показателей, участвующих в расчете заработной платы медицинского персонала государственных учреждений здравоохранения, станет дополнительной нагрузкой для экономистов, специалистов кадровой службы и расчетных групп в учреждениях здравоохранения.

Современный расчет заработной платы в государственных учреждениях здравоохранения с применением автоматизированных систем, специализированных программных продуктов является на сегодняшний день одним из самых сложных участков ведения бухгалтерского учета.

В связи с этим важную роль играет правильно внедренное информационно-технологическое обеспечение расчета заработной платы в учреждениях здравоохранения,

особенно крупных с большим количеством медицинского персонала.

В информационно-технологическое обеспечение бухгалтерского учета и автоматизированного расчета заработной платы в крупных учреждениях здравоохранения должны входить:

1) структурированная локальная сеть в учреждении здравоохранения;

2) специализированный сервер и рабочие станции (персональные компьютеры);

3) программное обеспечение для сервера и рабочих станций.

Именно эти три составляющие позволяют автоматизировать процесс бухгалтерского учета и расчета заработной платы в государственных учреждениях здравоохранения, связать в единое целое работу кадровой службы, экономистов и расчетной группы для обеспечения своевременности, целостности и правильности ведения бухгалтерского учета и начисления заработной платы в соответствии с Трудовым кодексом, приказами министерства здравоохранения Республики Татарстан и другими нормативно-правовыми актами, подготовить различные отчеты, выгрузить данные по хозяйственным операциям и оплате труда в Единую государственную информационную систему здравоохранения [5].

Необходимым условием реализации информационно-технологического обеспечения автоматизированного расчета заработной платы, бухгалтерского учета в государственных учреждениях здравоохранения все чаще становится использование свободного программного обеспечения с открытыми исходными кодами [7]. Это может быть особенно актуально в условиях применения санкций в отношении различных секторов экономики России.

На сегодняшний день все государственные учреждения здравоохранения Республики Татарстан ведут бухгалтерский учет и расчет заработной платы в специализированных программных продуктах. Основные программные продукты, которые используются:

1. Программные продукты фирмы 1С (1С:Бухгалтерия государственного учреждения 8 ПРОФ, 1С:Зарплата и кадры бюджетного учреждения 8, линейка специализированных программных продуктов 1С:Медицина).

2. Программные продукты ООО «БАРС Груп» (специализированные решения для государственных учреждений здравоохранения).

3. Программные продукты фирм ООО «Казанское бюро информационных технологий», ООО «БухСофт-Казань» (такие программные продукты, как «Кадровый учет, Тарификация и Зарплата в медицинском учреждении», «Модуль выгрузки в Единую государственную систему здравоохранения» и др.)

Крупные государственные учреждения здравоохранения наряду с этими программными продуктами используют специализированное программное обеспечение для серверов и рабочих станций (персональный компьютер бухгалтера). Для управления сервером используется Windows Server или система Linux (с открытым исходным кодом). Эти системы позволяют наиболее эффективно использовать все вычислительные возможности сервера. В зависимости от набора программных средств могут использоваться 1С:Предприятие 8.2. Лицензия на сервер и терминальный сервер. При использовании 1С:Предприятие 8.2. Лицензия на сервер на кластер серверов 1С:Предприятие 8 можно перенести выполнение наиболее ресурсозатратных задач по обработке данных. При этом даже при выполнении достаточно сложных запросов программа на стороне клиента будет получать только необходимую выборку, а все промежуточные процессы обработки данных будут производиться на сервере.

В некоторых учреждениях здравоохранения используется терминальный сервер, представляющий собой программу, которая соединяет сервер по сети с рабочими станциями (персональными компьютерами). Терминальный сервер служит для удаленного обслуживания пользователя с предоставлением ему рабочего стола. То есть специалист по расчету заработной платы в учреждении здравоохранения через свой персональный компьютер (рабочую станцию) получает доступ к программному продукту, в котором ведется расчет заработной платы, при этом используются вычислительные возможности сервера, а не рабочих станций. Это позволяет значительно сократить время формирования различных отчетов, значительно ускоряет ведение бухгал-

терского учета и расчета заработной платы в учреждениях здравоохранения.

Таким образом, в современных условиях бухгалтерский учет и расчет заработной платы в государственных и негосударственных учреждениях здравоохранения не может обойтись без внедренной и четко работающей информационно-технологической инфраструктуры, настроенной под особенности учета в сфере здравоохранения с возможностью оперативного внесения изменений в связи с изменением законодательства. Огромную роль в этой инфраструктуре играет наличие структурированной локальной сети в учреждении здравоохранения, соединенных в единую сеть персональных компьютеров и специализированного сервера, программного обеспечения для сервера и персональных компьютеров, настроенного под особенности учета в сфере здравоохранения.

Важное значение для своевременного и правильного расчета заработной платы в соответствии с приказами, новыми нормативно-правовыми актами в государственных учреждениях здравоохранения играет подготовка, получение и установка актуальных обновлений для специализированного программного обеспечения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 597 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.rg.ru/2012/05/09/soc-polit-doc.html.
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 декабря 2010 г. № 2299-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.rg.ru/2010/12/28/plan-site-doc.html.
3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 26 ноября 2012 г. № 2190 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.rg.ru/2012/12/04/oplata-site-dok.html.
4. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 октября 2010 г. № 1815-р «О государственной программе Российской Федерации «Информационное общество» (2011–2020 гг.) (с изм. и доп.). Государственная программа Российской Федерации «Информационное общество» (2011–2020 гг.) // Российская газета. – 2010.

5. Об утверждении Концепции создания единой государственной информационной системы в сфере здравоохранения : Приказ Мин-здравсоцразвития России от 28.04.2011 г. № 364 (ред. от 12.04.2012) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gosminzdrav.ru/documents/7200-prikaz-minzdravsotsrazvitiya-rossii-364-ot-28-aprelya-2011-g>.
6. Свечников К. Л. Современные информационные технологии в бухгалтерском учете и отчетности // Предпринимательство в современной России и за рубежом: проблемы, опыт, перспективы развития : материалы Всероссийск. науч.-практ. конф. с междунар. участием, посв. памяти профессора А. П. Мищенко. – Казань, 2013. – С. 230–234.
7. Веденева Т. А. Актуален ли для бюджетников свободный софт? // Руководитель бюджетной организации. – 2010. – № 7. – С.67–71.

Свечников Константин Леонидович, канд. пед. наук, доцент, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Яхина Луиза Тагировна, канд. экон. наук, доцент, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Галимарданова Наилья Муртазовна, доцент, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Миннигалеева Венера Завидовна, ст. преподаватель, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Сокольская Елена Игоревна, ст. преподаватель, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (843) 272-80-91

E-mail: svechnikov_kki@mail.ru

INFORMATION-TECHNOLOGICAL SUPPORT OF ACCOUNTING AND CALCULATION OF SALARIES IN HEALTHCARE ORGANIZATIONS OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Svechnikov Konstantin Leonidovich, *Cand. of Ped. Sci., Ass. Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”). Russia.*

Yakhina Luiza Tagirovna, *Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”). Russia.*

Galimardanova Nailya Murtazovna, *Ass. Prof., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”). Russia.*

Minnigaleeva Venera Zavidovna, *senior lecturer, Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”). Russia.*

Sokolskaya Elena Igorevna, *senior lecturer, Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”). Russia.*

Keywords: *new remuneration system, information-technological support, calculation of salaries, local network, server, workstations, specialized software.*

The work studies the practical aspect of information-technological support of accounting and calculation of salaries in healthcare organizations of the Republic of Tatarstan.

РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ВОДНОГО ТРАНСПОРТА НА ОСНОВЕ ЛОГИСТИКИ

С. А. ПАНТЮХИНА, Д. Г. КОРНЕЕВ

*ФГБОУ ВПО «Волжская государственная академия водного транспорта» (Казанский филиал),
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. В статье рассмотрены условия и стратегические цели, активизирующие роль водного транспорта в современной экономике. Несмотря на существующие проблемы в отрасли, обозначены перспективные направления развития речной логистики, которые могут быть достигнуты с привлечением инвестиций из альтернативных источников.

Ключевые слова: водный транспорт, логистика, направления развития речной логистики.

Глобальные преобразования в современной рыночной внешней среде и модернизация всех отраслей российской экономики оказывают непосредственное воздействие на состояние внутреннего водного транспорта в условиях перехода на инновационный путь развития.

Исторически сложилось, что на протяжении нескольких веков для Российского государства большое значение в хозяйственной жизни краев и областей имеют именно реки и озера. Насыщенность основного Волжско-Камского речного бассейна в европейской части России системой водных путей позволяет оперативно осуществлять перевозку грузов и пассажиров в центральные регионы страны.

Именно эти задачи призваны решаться с помощью современной транспортной логистики. Регионы Крайнего Севера и Дальнего Востока богаты запасами природных ресурсов, а их освоение требует создания логистической инфраструктуры, в которой центральным звеном являются современный речной флот, порты, ремонтные базы.

До 2020 г. в РФ намечены стратегические цели развития внутреннего водного транспорта, достижение которых фокусируется на развитии транспортной инфраструктуры на основе логистики и формировании единого транспортного пространства страны для повышения конкурентоспособности транспортной системы и повышения транзитного потенциала государства.

В условиях вступления России в ВТО, интеграции внутренних водных путей европейской части России в международную транспортную и логистическую систему, актуальность приобретает задача повышения эксплуатационных возможностей судоходных компаний и портов, которые за период российских реформ и международных финансово-экономических кризисов пришли в состояние банкротства или стагнации.

За последние 10 лет грузовые суда внутреннего водного транспорта практически не обновлялись более экономичными и высококонкурентными транспортными средствами из-за дефицита инвестиционных ресурсов.

Проблема дефицита инвестиционных ресурсов свойственна практически всем отраслям экономики, но особенно остро она сказывается на предприятиях внутреннего водного транспорта. Истоки причины уходят своими корнями в советскую планово-экономическую систему тарифообразования на транспорте с ее высокими энергозатратами, использованием старых технологий при организации перевозок грузов и пассажиров.

Однако потребность в грузоперевозках речными путями для экономики страны возрастает в силу того, что крайне дорогостоящими являются другие способы доставки грузов. Итак, потенциал внутреннего водного транспорта в настоящее время насчитывает более 100 тыс. рек, имеющих общую протяженность около 2,5 млн. км, из них свыше 500 тыс. км пригодны для судоходства.

Свыше 1/2 грузооборота всего речного транспорта страны приходится на Волжско-Камский бассейн, обслуживающий экономически наиболее развитые и плотно заселенные районы европейской части России. Повышение эффективности отраслевой экономики в настоящее время обеспечивается внедрением современной транспортной логистики. Таким образом, водному транспорту принадлежит огромная роль в развитии и становлении речной логистики в России.

Существует ряд определений логистики в трактовке различных авторов. Профессор Российской Академии наук С. М. Резер под логистикой понимает «науку о планировании, контроле и управлении транспортированием, хранением и другими материальными и нематериальными операциями, совершаемыми в процессе доведения сырья и материалов до производственного предприятия, внутриводской переработки сырья, и материалов и полуфабрикатов, доведения готовой продукции до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также передачи, хранения и обработки соответствующей информации» [1]. В данном определении отсутствует акцент, учитывающий специфику и сезонный характер работы предприятий и судоводных компаний речного флота. Ведущие российские ученые д-р техн. наук., проф. Л. Б. Миротин и д-р экон наук, проф. А. Г. Некрасов считают, что термин «логистика» – это зависящее от времени местоположение ресурсов, или стратегическое управление всей цепью поставок. Предлагаемая нами трактовка речной логистики в широком смысле может быть определена как одно из направлений науки о планировании, управлении и обеспечении безопасности грузо- и пассажироперевозок внутренним водным транспортом в целях удовлетворения потребностей потребителей. Применительно к водному транспорту в лице судоводных компаний можно привести определение транспортной логистики как науки о системной интеграции транспортных и логистических активностей (действий хозяйствующих субъектов) в форме транспортно-логистических услуг для оптимизации грузопотоков на основе действующего законодательства.

В связи с введением США и рядом европейских стран экономических санкций против России в отечественной экономике проис-

ходят изменения, связанные с сокращением объемов промышленного и личного потребления, уменьшением потока перевозимых грузов и неполной загруженностью складских терминалов для их хранения. «Цепная реакция» приводит к сокращению рынка услуг транспортной и складской логистики. На этом фоне возникает проблема качества подготовки специалистов как для логистических центров, так и в области управления цепями поставок, складской логистикой и транспортными системами. Факторы внешней среды негативно сказываются на системе образования и кадрового обеспечения для всех звеньев речной транспортной логистики.

Основополагающими документами, лежащими в основе развития внутреннего водного транспорта России, являются Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года и Концепция развития внутреннего водного транспорта Российской Федерации на период до 2015 года. Они представляют собой целевые государственные программы по ключевым направлениям развития внутреннего водного транспорта, а также цели, задачи и методы государственного регулирования в этой сфере.

Экономической наукой доказано, что в условиях становления и развития рыночных отношений (что особенно актуально для России) нельзя отрицать роль государственного регулирования при проведении широкомасштабного структурного реформирования стратегических отраслей экономики.

Как водный транспорт оказывает влияние на речную логистику, так и речная логистика играет важную роль в развитии внутреннего водного транспорта. Перспективные направления развития речной логистики позволяют совершить прорыв не только в технологии перевозок, но и в определении источников финансирования проектных работ для повышения эффективности эксплуатационных возможностей речного флота.

При этом могут привлекаться инвестиционные ресурсы из разных источников. Наиболее действенными могут быть два источника – это финансовые ресурсы, привлекаемые в отрасль в форме государственно-частного партнерства и целевые бюджетные средства. Аккумулируемые из этих источников инвестиционные ресурсы целесообразно использовать для «реконструкции Городецкого

гидроузла, строительства 2-й нитки шлюза Нижне-Свирского гидроузла с объемом финансирования, предусмотренного федеральной целевой программой в размере 7303,1 млн руб., из которых доля внебюджетных средств составляет 30%» [2, с. 1].

В заключение можно сделать вывод о том, что развитие речной логистики, формирование «сквозных» логистических терминалов и сервисов с использованием внутреннего водного транспорта может приобрести статус важного звена в цепи материально-технического, промышленного и продовольственного обеспечения экономической безопасности и повышения конкурентоспособности страны на современном этапе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Резер С. М. Словарь терминов. – М. : Всероссийский Институт научной и тех-

нической информации (ВИНИНИ) РАН, 2007. – С. 412.

2. Семенов С. Промышленная логистика с использованием речного транспорта в районе Нижнего Новгорода [Электронный ресурс]. – Режим доступа: transportinform.com/logistika/225promyshlennaya.

Пантюхина Светлана Андреевна, канд. экон. наук, доцент, Казанский филиал ФГБОУ ВПО «Волжская государственная академия водного транспорта»: Россия, 420108, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Портовая, 19.

Корнеев Дмитрий Георгиевич, канд. пед. наук, директор, Казанский филиал ФГБОУ ВПО «Волжская государственная академия водного транспорта»: Россия, 420108, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Портовая, 19.

Тел.: (843) 231-07-20

E-mail: a.p.svetlana@gmail.com

DEVELOPMENT OF INTERNAL WATER TRANSPORT ON THE BASIS OF LOGISTICS

Pantuykhina Svetlana Andreevna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan branch of Volga State academy of water transport. Russia.

Korneev Dmitriy Georgievich, Cand. of Ped. Sci., director, Kazan branch of Volga State academy of water transport. Russia.

Keywords: water transport, logistics, directions of river logistics development.

The article examines the conditions and strategic goals which activate the role of water transport in modern economy. In spite of the existing problems, the study points out the promising directions of river logistics development which can be achieved with the help of attracting investments from alternative sources.

ОСНОВЫ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

*Н. Н. ЖИЛИНА, М. Р. ШАМСУТДИНОВА**

*Бугульминский филиал ЧОУ ВПО «Институт экономики, управления и права (г. Казань)»,
г. Бугульма, Республика Татарстан,*

** Альметьевский филиал ЧОУ ВПО «Институт экономики, управления и права (г. Казань)»,
г. Альметьевск, Республика Татарстан*

Аннотация. Учитывая особенности создания и функционирования субъектов малого и среднего бизнеса, приоритетным в системе их финансового менеджмента становится системный подход, призванный обеспечить эффективность в развитии малого и среднего бизнеса как на уровне муниципалитета, так и на уровне региональной, национальной и мировой экономики.

Ключевые слова: средний и малый бизнес, финансовый менеджмент, инструменты управления, принятие решения, ресурсный потенциал, стратегическое финансовое управление.

Состояние национальной экономики в настоящий момент имеет ярко выраженные признаки стагнации. Эксперты прогнозируют ВВП на уровне 0%, что предвещает кризис во всех отраслях экономики. В то же время, как показывает практика, малый и средний бизнес в таких условиях становится вектором обновления экономики, при умелом управлении и поддержке со стороны как минимум муниципальных органов власти.

Основой системного подхода к управлению развитием малого бизнеса могут рассматриваться положения, согласно которым все малые предприятия могут обеспечить воспроизводственный процесс в регионе.

В системе финансового менеджмента субъекта малого или среднего бизнеса важным элементом становится выбор структуры, форм и методов принятия финансовых решений, которые бы учитывали состояние факторов системы в текущий момент времени. Выбор характеристик осуществляет руководитель предприятия.

Конкретизация методов и инструментов управления финансами зависит от совокупности региональных и отраслевых факторов, оказывающих воздействие на функционирование предприятий малого и среднего бизнеса.

Состояние национальной экономики выдвигает на первый план методологию социально-этического финансового менедж-

мента, ориентированного на уменьшение рисков, снижение вероятности возникновения ущерба в результате неверных решений руководителей малых предприятий.

В целях повышения гибкости выполнения производственной функции предприятий малого и среднего бизнеса увеличивается значимость проблемы роста продолжительности жизненного цикла производимых товаров и услуг для роста запаса финансовой прочности и повышенного уровня рентабельности. Наиболее продуктивным методом управления производственной функцией видится экономико-математическое моделирование и моделирование бизнес-процессов. При этом важно учесть системный подход и в моделировании бизнес-процессов малого бизнеса, так как это позволит обеспечить стратегическую финансовую устойчивость микрофирм, высвободит финансовые ресурсы, снизит вероятность возникновения ущерба от нерациональных управленческих решений.

Вместе с тем жизненный цикл товара или услуги – величина крайне неустойчивая, особенно в условиях высокой изменчивости внешней и внутренней среды малого бизнеса, тем самым управления функционированием малого бизнеса, важно предвидеть возможности создания смежного производства, либо переориентацию бизнеса, либо оперативное освоение новых рынков сбыта и т. д.

Мобильность операционно-производственной составляющей малого и среднего бизнеса становится тем самым ключевым фактором успешности развития фирмы.

Вектор развития субъектов малого и среднего бизнеса на уровне региона и характер их взаимодействия с представителями органов власти определяется спецификой отраслей. Тем не менее рекомендуется создание коммуникационных каналов между отдельными элементами рыночной системы, административными органами и потребителями для получения устойчивого синергетического эффекта от применения системного подхода в управлении субъектами малого и среднего бизнеса.

Достижению указанных целей способствует применение в управлении финансами малого и среднего бизнеса методологии стратегического управления и долгосрочного прогнозирования. Вместе с тем возникает противоречие между количественными критериями функционирования субъектов малого бизнеса и критериальными требованиями стратегического финансового менеджмента. В качестве

интегральных критериев можно рекомендовать экономическую эффективность и финансовую устойчивость. Однако руководитель, как правило, сталкивается с проблемой выбора между высокой эффективностью и оптимальной структурой источников финансирования. Оба критерия: и устойчивость, и экономическая эффективность – являются одинаково значимыми для развития любого бизнеса, но без определенных затрат нельзя обеспечить повышение устойчивости развития предприятия малого бизнеса, что может при прочих равных условиях влиять на снижение экономической эффективности вследствие увеличения затрат.

Обеспечить рост результативности деятельности субъектов малого и среднего бизнеса можно воздействием на уровень качественных показателей производства, услуг и управления. Наибольший результат достигается вследствие принятия рациональных управленческих решений в области формирования и использования ресурсов малых фирм. Алгоритм управления процессом постановки и принятия решений в области оптимизации ресурсов сводится к следующему (рис. 1).

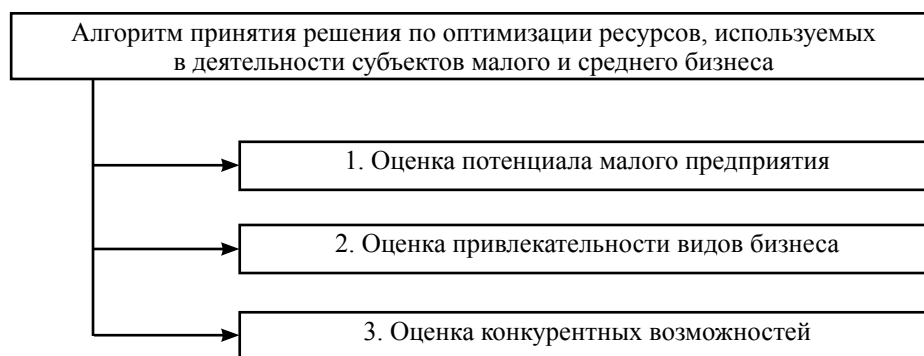


Рисунок 1. Процесс принятия решений по оптимизации формирования и использования ресурсов субъектами малого и среднего бизнеса

Отдельного внимания заслуживает такая функция финансового менеджмента, как контроль. Практическая сложность реализации функции контроля в малом бизнесе сопряжена с нецелесообразностью применения методик, приемлемых в сфере корпоративного менеджмента. Аудит эффективности и внешний аудит экономически нецелесообразны, контроль же со стороны только собственника бизнеса, либо руководителя отдельного структурного подразделения может не принести желаемых результатов.

Решение выявленной проблемы видится в подходе Л. М. Чистова, который предлагает определять достижимые цели своего бизнеса и диапазон продвижения к поставленной цели.

Математическая модель реализации данного подхода имеет вид:

$$Dy = T_n^{\Pi}; Tn = D_y^{1/\Pi}; \Pi = \frac{\ln Dy}{\ln Tn}, \quad (1)$$

где Dy – диапазон цели развития предприятия малого бизнеса сферы услуг, в относительных

числах; Tn – среднегодовые темпы продвижения к цели, в относительных числах; P – период продвижения (год).

Способы исчисления указанных показателей поддаются обоснованию, если рассматривать выражение (1) как показательную функциональную зависимость, которая базируется на том принципе, что преодоление диапазона цели развития малого бизнеса в сфере услуг обеспечивается, если абсолютная величина цели предшествующего года принимается за базу при решении этой задачи в данном году. С помощью указанных показателей можно решать задачи, связанные с определением перспектив развития отдельных предприятий малого бизнеса, производящих один или несколько видов услуг.

Для совершенствования управления развитием малого предприятия сферы услуг целесообразно выделить производственных, коммерческих и финансовых целей.

Таким образом, основой управления субъектами малого и среднего бизнеса является обеспечение реализации системного подхода, охватывающего различные методы и приемы как стратегического финансового менеджмента, так и социально-рыночного менеджмента. Концепция рыночной эффективности бизнеса как принцип управления биз-

несом должна оптимально сочетаться с принципами социальной ответственности бизнеса, ставя в приоритет создание рабочих мест и экономический рост над получением максимальной прибыли в краткосрочной перспективе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Биксина Н. А. Степень напряженности ситуации на региональном рынке труда как фактор, определяющий стратегию его регулирования // Актуальные проблемы экономики и права. – 2012. – № 3. – С. 62–66.
2. Трифонов Ю. В., Плеханова А. Ф., Юрлов Ф. Ф. Выбор эффективных решений в экономике в условиях неопределенности. – Н. Новгород : Изд-во ННГУ, 2008. – 190 с.

Жилина Надежда Николаевна, канд. экон. наук, доцент, Бугульминский филиал ЧОУ ВПО «Институт экономики, управления и права»: Россия, 423230, Республика Татарстан, г. Бугульма, ул. Гафиатуллина, 23.

Шамсутдинова Марина Райхановна, канд. экон. наук, доцент, Альметьевский филиал ЧОУ ВПО «Институт экономики, управления и права»: Россия, 423450, Республика Татарстан, г. Альметьевск, ул. Тимирязева, 43.

Тел.: (927) 403-28-08

E-mail: zhilina@bug.ieml.ru

BASIC PRINCIPLES OF THE FINANCIAL MANAGEMENT OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS ENTERPRISES

Zhilina Nadezhda Nikolaevna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Bugulma branch of Institute of economics, management and law. Russia.

Shamsutdinova Marina Raykhanovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Almetievsk branch of Institute of economics, management and law. Russia.

Keywords: *small and medium business, financial management, management tools, making a decision, resource potential, strategic financial management.*

Considering the specific features of creation and functioning of small and medium business entities, the priority in their financial management system is given to systemic approach, which is to provide the efficiency of small and medium business development both at the municipal level and the level of regional, national and world economy.

ПРОБЛЕМА СУЩЕСТВУЮЩЕЙ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА В ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБЕ ИСПОЛНЕНИЯ НАКАЗАНИЯ

Л. В. СОРВАЧЕВА

*Саранский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»,
г. Саранск, Республика Мордовия*

Аннотация. В статье даны понятия «мотивация» и «система стимулирования труда государственных служащих». В целях выявления мотивов удовлетворенности трудом и факторов дестимулирования было обнаружено, что наибольшая сложность управления процессом мотивации труда обусловлена недостаточным денежным содержанием государственных служащих, а также его независимость от фактических результатов труда, уровня инфляции и прожиточного минимума региона. Вторым по значимости недостатком является отсутствие механизма должностного роста, т. е. нормативно утвержденной зависимости карьерного продвижения от уровня квалификации служащего, его образования и стажа работы. В ходе работы были выделены условия эффективного функционирования системы государственной службы.

Ключевые слова: мотивация, человеческий фактор, стимулирование, государственная служба.

Мотивация – это совокупность внутренних и внешних движущих сил, которые побуждают человека к деятельности, задают ее границы и формы и придают этой деятельности направленность, ориентированную на достижение определенных целей. Влияние мотивации на поведение человека зависит от множества факторов, во многом индивидуально и может меняться под воздействием обратной связи со стороны деятельности человека.

В наши дни одним из наиболее значимых и важных ресурсов для предприятия является персонал. Человека нужно стимулировать и мотивировать в работе, тогда он будет выполнять свои обязанности, поручения и задания добросовестно. Итак, человеческий фактор – главнейший производственный фактор. Персонал предприятий необходимо мотивировать и стимулировать к труду [3, с. 39].

Трудовая сфера государственной службы имеет ряд специфических особенностей: по своему содержанию трудовая деятельность госслужащих направлена на реализацию общенациональных интересов, на всемерное укрепление и развитие общественного и государственного строя; высокая степень ответственности должностных лиц за принимае-

мые решения, их осуществление, результаты и последствия; жесткая нормативная регламентация управления и трудовой дисциплины; задействование интеллектуального, а также творческого потенциала для решения управленческих задач.

При этом уровень оплаты труда государственных служащих значительно ниже, чем в коммерческих структурах, а дополнительные социальные гарантии не в полной мере компенсируют сложность и значимость их деятельности [2, с. 52].

Система стимулирования труда государственных служащих представляет собой комплекс материальных и нематериальных стимулов, ориентированный на обеспечение эффективного труда путем принуждения, вознаграждения и побуждения. В целях выявления мотивов удовлетворенности трудом и факторов дестимулирования был проведен эксперт-опрос специалистов и руководителей кадровых служб органов исполнительной власти, который показал следующие результаты: наибольшая сложность управления процессом мотивации труда обусловлена недостаточным денежным содержанием государственных служащих, а также его независимость от

фактических результатов труда, уровня инфляции и прожиточного минимума региона. Вторым по значимости недостатком является отсутствие механизма должностного роста, т. е. нормативно утвержденной зависимости карьерного продвижения от уровня квалификации служащего, его образования и стажа работы [4, с. 8].

Несмотря на вышеуказанные факты, среди препятствий результативной работы, в первую очередь, специалистами кадровых служб были названы плохие материально-технические условия труда, нестабильная организация процесса и социально-психологические трудности.

Отмечается значительная дифференциация уровня заработной платы работников органов исполнительной власти и местного самоуправления в субъектах Российской Федерации. Анализ данных статистики демонстрирует, что в настоящее время государственная служба в некоторых экономически развитых субъектах РФ является более привлекательной, чем госслужба в территориальных органах федеральных министерств и ведомств, поскольку государственные служащие субъектов РФ имеют более высокую оплату труда, лучший соцпакет (медицинское обслуживание, оплата транспортных расходов, отдыха и т. д.), что, определенно, вызывает отток специалистов из федеральных структур в органы исполнительной власти субъектов РФ. Изучив подходы к развитию стимулирующей функции оплаты труда госслужащих, автор пришел к выводу о целесообразности пересмотра размеров базовых окладов путем их увязки с величиной прожиточного минимума региона для повышения покупательной способности федеральных государственных гражданских служащих [1, с. 148].

Стимулирующий характер социального пакета госслужащих определяется: во-первых, удовлетворением потребностей в безопасности и справедливости; во-вторых, формированием мотивов значимости, признания и уважения. Тем самым работник включается в организационную культуру, возрастает лояльность служащего к условиям и нормам деятельности, следовательно, поддерживается трудовая мотивация.

Несмотря на разнообразие предоставляемых социальных гарантий, они не удовлетворяют весь спектр реальных потребностей служащих. В связи с этим автор полагает, что

социальный пакет для госслужащих должен быть более диверсифицирован, предоставлять возможность выбора, то есть необходима система, в соответствии с которой работникам по-зволяется самостоятельно определять в допустимых пределах пакет дополнительных вознаграждений, в наибольшей мере отвечающих их потребностям. Предлагается ранжирование социальных гарантий: разделение на основные и дополнительные. При этом основное, или защитное обеспечение должно предоставляться всем сотрудникам (медицинское страхование, страхование жизни и пенсионные выплаты). В свою очередь, дополнительными льготами, такими как беспроцентная ссуда на приобретение жилья, оплата спортивных занятий, бесплатные обеды, могли бы воспользоваться госслужащие с определенным стажем работы. Кроме того, содержание социального пакета служащего должно зависеть от результативности его труда, а также должностного положения [5, с. 9].

Еще одним фактором повышения трудовой мотивации для государственного служащего является карьерное продвижение, которое способствует комплексному удовлетворению материальных, социальных и статусных потребностей. Мотивация достижения карьеры рассматривается автором как совокупность всех побуждений и условий, которые детерминируют, направляют и регулируют процесс достижения социального статуса профессионала (должностного продвижения) и профессионального самосовершенствования.

Информированность государственных служащих относительно их дальнейшего должностного продвижения, наличие индивидуальных планов развития (карьерного роста, профессионального совершенствования) является стабилизирующим фактором труда.

Для создания эффективной схемы изучения персонала государственной службы необходимо учреждение федерального и региональных банков кадровой информации. Тогда использование централизованной базы данных позволит создать быстродействующий механизм подбора и ротации кадров государственной службы на всех ее уровнях [2, с. 60].

Таким образом, можно выделить следующие необходимые условия эффективного функционирования системы государственной службы:

– формирование кадрового ядра эффективных, компетентных государственных служащих и обеспечение их лояльности к государству-нанимателю;

– адекватное обеспечение исполнения государственных функций ресурсами: кадровыми, финансовыми, материально-техническими, информационными;

– модернизация всего спектра управленческих и административных процессов.

Система прохождения государственной службы является стимулирующей, если ее построение осуществляет поступательно-развивающее движение:

– привлечение специалистов;

– мотивация деятельности;

– социально-профессиональное развитие служащих.

Создание государственной службы нового типа неразрывно связано с совершенствованием ее кадрового состава, поэтому первоочередной задачей является обеспечение для государственных служащих таких условий для трудовой мотивации (административных, организационно-экономических, социально-психологических), которые будут дисциплинировать, стимулировать, способствовать профессиональной и творческой реализации, воспитывать нравственные ценности и этические принципы служебной деятельности, что, соответственно, позволит повысить ответственность и результативность российской государственной службы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зорина Л. Многолетняя добросовестная работа не в почете? Дело о дискриминации в оплате труда // Кадровик. Трудовое право для кадровика. – 2010. – № 3.
2. Рожков О. А. Типология сотрудников УИС по взаимосвязи мотивации и профессиональной деформации // Прикладная юридическая психология. – 2011. – № 3. – С. 56–65.
3. Совершенствование деятельности руководителя органа внутренних дел : учеб.-метод. пособие / под ред. В. М. Волкова, М. Н. Никитина, М. В. Силкова, Ю. П. Хорькина. – Домодедово : ВИРК МВД России, 2003. – 49 с.
4. Чекин М. А., Гуляева Ю. А. Анализ практики разработки и применения системы материального стимулирования государственных гражданских служащих за достижение ими установленных показателей эффективности // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2011. – № 4. – С. 11.
5. Чернова Е. Б. Повышение мотивации труда государственных служащих // Кадровик. – 2009. – № 4. – С. 11–12.

Сорвачева Людмила Викторовна, аспирант, Саранский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 430027, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Транспортная, 17.

Тел.: (834-2) 35-65-43

E-mail: sorvacheva77@mail.ru

PROBLEM OF THE EXISTING SYSTEM OF LABOR MOTIVATION IN THE FEDERAL PENITENTIARY SERVICE

Sorvacheva Liudmila Viktorovna, postgraduate student, Saransk cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”). Russia.

Keywords: *motivation, human factor, stimulation, civil service.*

The article presents the concept of motivation and the system of stimulating the work of civil servants. For the purpose of uncovering the motives of work satisfac-

tion and factors of destimulation the work determines that the maximum complexity of managing the process of work motivation is due to the insufficient remuneration of civil servants, as well as its unrelatedness to the actual results of work, level of inflation and subsistence level of the region. The second most important drawback is the absence of promotion mechanism, i.e. the established dependence between promotion and the qualification level of an employee, their education and work experience. The study has determined the conditions of efficient functioning of civil service system.

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Г. Н. АНДРЕЕВА

*ФГБОУ ВПО «Мурманский государственный технический университет»,
г. Мурманск*

Аннотация. Рассматривается использование логистического подхода к повышению конкурентоспособности коммерческого предприятия на основе системы сбалансированных показателей и формирования системы критериев оценки поставщиков.

Ключевые слова: логистический подход, конкурентоспособность предприятия, критерии оценки поставщиков, сбалансированная система показателей.

Современный подход к управлению деятельностью и управлению производством инновационных продуктов должен базироваться на логистических моделях, позволяющих существенно повысить качество управления и конкурентоспособность предприятия.

Использование логистики в управлении деятельностью предприятия должно быть основано на принципах системного подхода к управлению.

Системный логистический подход к управлению позволяет обеспечивать достаточно высокий уровень конкурентоспособности предприятий, что на сегодняшний день является одной из наиболее актуальных научно-методических и практических проблем современной экономики как в России, так и за рубежом.

Для достижения достаточно высокого уровня конкурентоспособности предприятия необходимо процесс обслуживания клиентов построить в соответствии с их требованиями и ожиданиями, что позволит повысить качество обслуживания и будет способствовать повышению лояльности потребителей.

Кроме того, высокий уровень конкурентоспособности предприятие может обеспечить путем предложения дополнительных ценностей потребителю, в качестве которых можно рассматривать: инновационность технологии производства товара или услуги, инновационные свойства исходного сырья для производства, снижение цены товара или услуги на

основе снижения их себестоимости за счет использования логистического подхода к управлению.

Достижение предприятием конкурентных преимуществ представляет собой сложную комплексную задачу, решение которой во многом зависит от особенностей конкретного рынка, на котором осуществляет свою деятельность предприятие, и той конкурентной позиции на рынке, которую предприятие занимает.

Одним из важных элементов системы управления конкурентоспособностью предприятия с точки зрения логистического подхода является повышение эффективности управления за счет использования функционала логистического контроллинга на основе разработки и использования в управлении предприятием системы сбалансированных показателей (KPI). Состав системы сбалансированных показателей (KPI) разрабатывается по следующим функциональным зонам логистического контроллинга: степень удовлетворения потребителей в качестве логистического сервиса, рентабельность инвестиций в логистическую инфраструктуру, общие и операционные логистические издержки, длительность функциональных циклов логистики, производительность логистической инфраструктуры цепей поставок.

Состав показателей по каждой функциональной зоне логистического контроллинга должен разрабатываться каждым предприя-

тием в соответствии с тем, какова специфика его деятельности, на каком конкретном рынке предприятие работает и с учетом конкретного сегмента потребителей, которых предприятие обслуживает.

Уровень достижения заданных значений системы сбалансированных показателей (KPI) функциональной зоны логистического контроллинга – общие и операционные логистические издержки – в значительной степени зависит от эффективности решения задач, реализуемых предприятием в функционале управления поставщиками. К ним относятся: постоянный мониторинг рынка новых товаров (услуг); поиск и оценка новых поставщиков, оценка качества деятельности постоянных поставщиков с позиций ее влияния на уровень конкурентоспособности и финансовые результаты деятельности управляемого предприятия и т. д.

Задача оценки качества деятельности поставщиков с позиций ее влияния на результаты деятельности самого предприятия является весьма важной для формирования конкурентных преимуществ предприятия.

Для ее решения предприятию необходимо сформировать систему оценочных критериев качества деятельности поставщиков и постоянно ее корректировать в соответствии с изменением ситуации во внешней среде и изменением значений системы сбалансированных показателей функциональной зоны логистического контроллинга – общие и операционные логистические издержки.

При формировании системы критериев можно использовать следующие:

- 1) динамика роста цен на поставляемое сырье, материалов, комплектующих, товара;
- 2) динамика роста среднего опоздания по поставкам по сравнению с условиями договора;
- 3) динамика роста поставки товаров, сырья, материалов, комплектующих ненадлежащего качества (критерии качества предприятие разрабатывает в соответствии с требованиями конкретного сегмента потребителей);
- 4) полнота выполнения заказа, определяемая как отношение количества товара, доставленного полностью, к общему заказанному количеству товара по объему и ассортименту;
- 5) время доставки, определяемое как количество дней (часов), прошедшее с момента размещения заказа у поставщика до получения товара;

6) инновационность поставляемых предметов снабжения, уровень их безопасности в использовании;

7) точность заполнения сопроводительных документов.

Разрабатываемая система критериев может включать не только показатели, определяемые количественно, но и показатели, определяемые качественно, такие как: репутация поставщика, имидж поставщика, время работы поставщика на рынке, предоставление поставщиком кредита (рассрочки), наличие дополнительных скидок. Важным качественным показателем является также гибкость поставщика, т. е. его готовность оперативно изменить условия заключенного договора по количеству, качеству, ассортименту, срокам и условиям поставки в соответствии с изменяющимися требованиями сегментов потребителей предприятия – получателя предметов снабжения.

Разработка системы критериев оценки является первым этапом оценки работы поставщиков. Далее необходимо выявить важность каждого критерия, определяющую уровень влияния критерия на эффективность деятельности самого предприятия, закупающего предметы снабжения. В данном процессе должны принимать участие все ведущие специалисты предприятия, закупающего предметы снабжения, и приглашенные эксперты. Установление веса критерия может производиться на основании расчетов, представленных в таблице 1.

Расчет веса с учетом доли участия производится по формуле:

$$V = D1 \cdot Oc_n + D2 \cdot OPr_n + D3 \cdot OM_n + D4 \cdot OP_n,$$

где Oc_n , OPr_n , OM_n , OP_n – экспертные оценки важности критериев различными подразделениями предприятия.

Итоговый вес рассчитывается путем деления веса с учетом доли участия подразделений по каждому показателю на итоговую сумму весов с учетом доли участия (Σ). Значения веса критериев используются в получении итоговой оценки деятельности поставщиков.

Расчет итоговой оценки производится для всех предприятий – постоянных поставщиков и для предприятий – потенциальных поставщиков. Полученная расчетная инфор-

Таблица 1 – Расчет веса критериев системы оценки качества работы поставщика

Критерии	Подразделения организационной структуры предприятия				Вес с учетом доли участия	Итоговый вес
	Снабжение	Производство	Маркетинг	Продажи		
Критерий 1	<i>Oc1</i>	<i>OПр1</i>	<i>OM1</i>	<i>ОП1</i>		
Критерий 2	<i>Oc2</i>	<i>OПр2</i>	<i>OM2</i>	<i>ОП2</i>		
Критерий n	<i>Oc n</i>	<i>OПр n</i>	<i>OM n</i>	<i>ОП n</i>		
Итого					Σ	
Доля участия подразделения в закупках	<i>D1</i>	<i>D2</i>	<i>D3</i>	<i>D4</i>		

мация позволяет выбрать такого поставщика, который позволит обеспечить достижение заданных значений системы сбалансированных показателей (KPI) функциональной зоны логистического контроллинга – общие и операционные логистические издержки

Таким образом, с помощью логистического подхода предприятие получает дополнительную ценность товаров и услуг для потребителя и, следовательно, повышается уровень его конкурентоспособности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лукинский В. В., Каткова Е. В. Анализ методов выбора логистических посредников // *Логистика и управление цепями поставок*. – 2014. – № 2.

- Сергеев В. И. Исследование состояния логистического контроллинга на российских предприятиях // *Логистика и управление цепями поставок*. – 2013. – № 4.
- Сергеев В. И. Контроллинг в логистических системах // *Логистика и управление цепями поставок*. – 2005. – № 3–4.
- Сергеев В. И., Эльяшевич И. А. *Логистика снабжения : учебник для вузов*. – М. : Читай! : Рид Групп, 2011.

Андреева Галина Николаевна, канд. техн. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Мурманский государственный технический университет»: Россия, 183010, г. Мурманск, ул. Спортивная, 13.

Тел.: (815-2) 25-40-72

E-mail: galinan-andreeva@yandex.ru

LOGISTIC ASPECTS OF MANAGING THE COMPETITIVE ABILITY OF AN ENTERPRISE

Andreeva Galina Nikolaevna, Cand. of Tech. Sci., Ass. Prof., Murmansk State technical university. Russia.

Keywords: *logistic approach, competitive ability of an enterprise, criteria of assessing suppliers, balanced system of indicators.*

The article looks into the usage of logistic approach to increasing the competitive ability of a commercial enterprise on the basis of using the system of balanced indicators and forming the system of criteria for the assessment of suppliers.

К ВОПРОСУ ОБ ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Е. В. БЕЗЛИПКИНА

*Казанский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет
им. Г. В. Плеханова»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. В данной статье предложен на рассмотрение проект создания в магазинах розничной торговой сети отделов по продаже продовольственных или промышленных товаров «Экономный покупатель». Мотивом для разработки проекта стали новые политико-экономическими реалии, которые заставили подумать о том, как помочь людям, оказавшимся в сложной жизненной или финансовой ситуации. Современная ситуация на потребительском рынке России характеризуется тем, что основной его тенденцией является постоянное и неуклонное повышение цен на все виды товаров, в которых нуждается население, в том числе и социально-значимые.

Ключевые слова: социально-ориентированная политика магазина; ассортимент социально-значимых товаров, товаров по минимальным ценам и товаров по акциям; отдел «Экономный покупатель»; цветовая концепция магазина; уровень дохода покупателя; потребительская корзина.

Общеизвестно, что для большинства российских потребителей при определенной заинтересованности в качестве важным является приобретение товаров для удовлетворения своих потребностей по наиболее низкой цене. В соответствии с этим целью проекта является создание в магазинах розничной торговой сети отделов по продаже продовольственных или промышленных товаров «Экономный покупатель» с ассортиментом социально-значимых товаров, товаров по минимальным ценам и товаров по акциям. Данный проект был разработан на кафедре коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг доцентами О. А. Шипшовой и Е. В. Безлипкиной и является инновационным, так как до настоящего времени такие отделы не были предусмотрены структурой торговых предприятий, кроме того, у населения с доходами среднего и ниже среднего уровня появляется возможность совершения покупок с минимальными затратами денежных средств и времени. Основными целями торговых организаций является:

- 1) удовлетворение нужд покупателей;
- 2) выход на новый сегмент рынка;
- 3) получение прибыли.

Воплощение данного проекта в магазинах розничной торговой сети отделов «Экономный покупатель» позволит: реализовать социально-

ориентированную концепцию предприятий сферы торговли; увеличить потоки в магазин дополнительного контингента покупателей (пенсионеры, студенты, многодетные и малообеспеченные семьи и т. д.); оптимизировать время покупателей на приобретение товаров; увеличить товарооборот и прибыль магазина; повысить конкурентоспособность предприятия торговли.

Описание проекта

1. Отдел «Экономный покупатель» создается в магазинах розничной торговой сети для повышения конкурентоспособности торговой организации при одновременном проведении социально-ориентированной политики. Предварительно необходимо проведение маркетинговых исследований по ценовой политике торговых предприятий и выявление предпочтений потребителей. Покупателями данного отдела могут быть любые посетители магазина независимо от уровня дохода и принадлежности к социальной группе, что исключает какую-либо дискриминацию.

2. В основе ассортиментной политики отдела «Экономный покупатель» в продуктовых магазинах будут продажи товаров, воспринимаемых покупателями как отечественные. Сегодня существует большой сегмент потребителей в возрасте от 30 до 70 лет, отдающих предпочте-

ние отечественным товарам. Из-за отсутствия подходящей стратегии в виде таких отделов они вынуждены покупать интересующие их продукты на открытых рынках, не отличающихся ни хорошим обслуживанием, ни комфортными условиями для совершения покупок. Проект предлагает решение этой проблемы.

3. Предполагается, что потребитель при входе в магазин в отдел «Экономный покупатель» сразу знает и выбирает необходимые ему товары. Клиенту предлагается несколько видов продуктовых товаров, имеющихся в наличии, а также ему должно быть предложено несколько видов промышленных товаров (к примеру, мыло, шампунь, зубная паста, стиральный порошок и пр.). Если он хочет изменить перечень предстоящих покупок, то самостоятельно к этому перечню добавляет товары к покупке из прочего ассортиментного перечня товаров в других отделах магазина. По завершении выбора всех товаров покупатель рассчитывается на кассе. Данная система применима как в крупных торговых магазинах, с большой торговой площадью, так и в средних по размерам. Создание данной системы отделов позволит покупателям:

1) спланировать сумму денежных средств, имеющихся в наличии, и сумму предстоящих покупок;

2) сократить время на поиски необходимых товаров;

3) повысить информированность о товарах, имеющихся в наличии;

4) сократить затраты на поиск товаров.

4. Для функционирования отдела требуется выделение торговой площади от 6 кв.м. и выше в зависимости от формата и специализации магазина. На создание отдела «Экономный покупатель» не требуется высоких дополнительных затрат, кроме средств на первоначальную рекламу и создания в штате магазина дополнительной единицы (менеджера или мерчандайзера), который будет выполнять функции выбора ассортимента товаров для реализации в отделе и проводить размещение и выкладку товаров.

5. Для привлечения покупателей мы считаем целесообразным разместить при входе в магазин рекламные щиты с информацией о функционировании отдела «Экономный покупатель». Рядом с входом в магазин располагается информация на POS-материалах о товарах или с примерами товаров, предложенных на данный момент к продаже в отделе «Экономный покупа-

тель». Это дает возможность размещать дополнительную рекламу товаров и информацию об этих товарах, что может продвинуть какие-либо товары вперед в конкурентной борьбе или даст им конкурентное преимущество.

6. Предполагается использование в оформлении отдела «Экономный покупатель» определенной цветовой гаммы, вписывающейся в цветовую концепцию данного магазина, но при этом разделив как бы магазин на отдельные цветовые зоны. Это позволит подчеркнуть специфику данного отдела и создать особую атмосферу, которая значительно увеличит долю покупок.

7. Возможные опасения по поводу уменьшения реализации товаров высокой ценовой категории и, как следствие, уменьшение выручки и прибыли магазина, на наш взгляд, не являются обоснованными. Предприятие имеет тот же торговый ассортимент и ценовую политику, что и до внедрения данного отдела, просто некоторые группы товаров меняют свое расположение. Постоянные покупатели придерживаются своих предпочтений и продолжают покупать те же товары, что и раньше, а новые (дополнительные) категории потребителей только увеличат реализацию товаров низкой ценовой категории. При этом и те и другие покупатели всегда имеют возможность выбора любого товара по приемлемым для него ценам.

Для достижения данных целей необходимо решить следующие задачи:

1. Провести маркетинговые исследования по ценовой политике торговых предприятий и спросу потребителей на предлагаемый ассортимент товаров в отделе «Экономный покупатель».

2. Выделить необходимую торговую площадь для размещения торгового оборудования и торговой мебели.

3. Провести выборку из торгового ассортимента магазина: социально-значимых товаров с минимальными ценами, товаров по акциям, товаров с внешними дефектами, не снижающих качества товара, товаров по сниженным ценам.

4. Разместить информацию о создании отдела «Экономный покупатель» в средствах массовой информации, наружной рекламе магазина, рекламе на транспорте, рекламных листовках, проспектах.

5. Определить для продовольственных магазинов набор товаров в потребительской корзине покупателя и его ценовую составляю-

щую и презентовать этот набор на входе в отдел «Экономный покупатель».

6. Проводить регулярный мониторинг цен и товаров, составляющих торговый ассортимент данного отдела.

Целевая аудитория реализуемого проекта

Потребителями товаров отдела «Экономный покупатель» могут являться покупатели с уровнем доходов ниже среднего и среднего, в том числе пенсионеры, студенты, инвалиды ВОВ, участники локальных войн, войны-интернационалисты, инвалиды 1, 2, 3 группы, инвалиды по зрению, семьи с детьми-инвалидами, инвалиды детства, Ветераны труда, основным доходом которых является пенсия и пособия, а также многодетные, малообеспе-

ченные, неполные семьи и некоторые другие категории населения, чей средний доход ниже прожиточного минимума или незначительно выше его. При разработке проекта было проведено исследование ассортиментной и ценовой политики торговой сети продовольственных магазинов «Эдельвейс», осуществляющей свою деятельность на территории Республики Татарстан. Была проанализирована группа продовольственных товаров повседневного спроса и выявлены максимальные и минимальные цены по каждому виду товаров разных производителей (Таблица 1, 2).

Данные, представленные в таблицах, свидетельствуют о том, что потребители могут сэкономить на покупке одного и того же набора продовольственных товаров до 499,8 руб. При

Таблица 1 – Максимальная потребительская корзина ТК «Эдельвейс»

Наименование	Максимальная розничная цена
Яйцо отборное упак. 10 шт «Деревенька Птицепром»	45
Карбонат свиной охл. «контейнер Йола», кг	320,50
Рыба горбуша св/м «Альфа», кг	160
Хлеб Сельский, 450 г «ХЗ» №3	21
Гречка Ядрица 800 г «Сытое царство» (цена за 1 кг)	63,5
Рис Круглозерный 800 г «Макфа» (цена за 1 кг)	73,6
Сахарный песок пр. пак. «Дин+» (1 кг)	34,4
Соль пищевая йодированная, 1000 гр пак., «Илецкая»	9,5
Мука пшеничная в/с «Макфа», 1 кг	36,8
Макаронны «Макфа Перья», 450 г (цена за 1кг)	64,2
Масло слив крестьянское сладкосл. несол. 72% «Просто молоко», 1 пач.	63
Масло «Олейна», подсолнечное, раф. и дезод. 1,0 л	58,8
Молоко натуральное коровье 4% 900 мл, пл/бут «Молочный Экспресс»	40,0
Картофель свежий, кг	15,4
Огурцы майские «Эстафета», кг	99,0
Лук репчатый, кг	15,9
Морковь мытая, кг	20,9
Свекла свежая, кг	14
Бананы, кг	46,9
Яблоки «Нов. урожай», кг	40
Лимон импорт, кг	79,9
Чай «Ристон» английский завтрак черный 100 × 2 гр	152,5
Био-Кефир «Домик в деревне» 1%, 450 г, пэт ВБД	29,9
Сметана «Домик в деревне», 15%, 400 г, стакан ВБД	48,9
Печенье Деревенское с птич. мол. «Сладкая Слобода», кг	183,9
Конфеты «Буревестник», Кр. Октябрь, кг	193,3
Итого: сумма набора 1 корзины	1930,8

Таблица 2 – Минимальная потребительская корзина ТК «Эдельвейс»

Наименование	Минимальная розничная цена
Яйцо 1 сорт упак.10 шт. «Птицепром»	39
Ветчина Алексеевская охл. контейнер КМК, 1 кг	228,9
Рыба горбуша св/м, кг	120
Хлеб «Сельский», 450 г ББК	21
Гречка Ядрица 800 г «Золотой Казан» (цена за 1 кг)	55,0
Рис Круглозерный 800 г «Золотой Казан» (цена за 1 кг)	50,0
Сахарный песок «Золотой Казан», (1кг)	32
Соль пищевая йодированная, 1000 г пак	7,9
Мука пшеничная в/с «Алтай – батюшка», 1 кг	23
Макароны «Перья» (развес.), 450 г (цена за 1 кг)	30,9
Масло слив крестьянское сладкосл. несол. 72%. Цивильский молочный комбинат, 1 пач. г	28,5
Масло «Золотая семечка», подсолнечное раф. дезод. 1,0	48,0
Молоко натуральное коровье 3,2%, 900 мл цел/уп. Цивильский молочный комбинат	28
Картофель свежий, кг	12
Огурцы свежие, кг	65,9
Лук репчатый, кг	12
Морковь, кг	15
Свекла свежая, кг	12
Бананы, кг	46
Яблоки российские, кг	38
Лимон импорт, кг	48,0
Чай «Принцесса Нури» черный 100 × 2 гр	96,0
Кефир «ВАМИН» 1% 450 г пэт ВБД	13,5
Сметана «Мой милок» 15%, 400 г пэт	39
Печенье, кг	156,6
Конфеты «Нева», кг	165,0
Итого: сумма набора 1 корзины	1431,2

этом разброс цен на товары одного вида разных производителей (но не обязательно разного качества) достигает 34%. Данный факт наглядно подтверждает преимущества приобретения товаров в отделе «Экономный покупатель» для потребителей.

Анализ конкурентоспособности

Данный проект представляется весьма конкурентоспособным для реализации в большинстве регионов РФ, так как подобные отделы пока являются не распространенной тенденцией в торговых организациях. Целевая аудитория, использующая преимущества данного проекта, весьма обширна. Проект «Экономный покупатель» может быть реализован в магазинах различ-

ных форматов (супермаркетах, гипермаркетах, дискаунтерах), реализующих как продовольственные, так и некоторые виды промышленных товаров (бытовая техника, бытовая химия, хозяйственные товары, строительные и отделочные материалы, парфюмерия, аптечная сеть и др.). Анализ предлагаемого ассортиментного набора данного отдела позволяет рассчитать максимальную и минимальную сумму, которую потратит покупатель на приобретение одного и того же вида товаров, купленных по различной цене. Занимаемая торговая площадь данного отдела зависит от формата и торгового профиля магазина и может быть варьироваться от 6 кв. м и выше. Срок создания отдела «Экономный покупатель» может варьироваться от 2 недель до

1 месяца в зависимости от размера и специализации торговой организации.

Преимущества проекта для покупателя

Реализация проекта позволяет покупателям приобрести набор товаров повседневного спроса в среднем на 25–30% дешевле по сравнению с обычными отделами, что существенно повлияет на их уровень жизни и прожиточный минимум. При этом времени на покупку затрачивается меньше в связи с компактным размещением товаров, а некоторым категориям населения (пожилым людям, инвалидам, детям, слабовидящим) не придется перебирать большое количество товаров для выбора более дешевого, что существенно облегчит процесс покупки.

Преимущества проекта для торговой сети

Создание отдела «Экономный покупатель» является примером социальной политики торговой организации, что благоприятно повлияет на имидж торговой сети. Кроме того, данное нововведение позволит привлечь дополнительный постоянный контингент покупателей, что, в свою очередь, повлечет увеличение товарооборота и прибыли магазина.

ЛИТЕРАТУРА

1. Безлипкина Е. В. Основы коммерции : учеб. пособие. – Казань : РИО ГБУ «РЦМКО» (УМО), 2012.
2. Безлипкина Е. В. Основы предпринимательства : учеб. пособие. – Казань : Изд-во «ШИП», 2013.
3. Газизуллина Н. Р. Управление конкурентоспособностью и процессом обслуживания покупателей предприятия розничной торговли : учеб. пособие. – Казань : Изд-во МО и Н РТ, 2010.
4. Шипшова О. А., Ахметзянов Р. Н., Багаутдинов Р. Г. Инновационное предпринимательство (маркетинговые аспекты) : учеб. пособие. – Казань, 2012.

Безлипкина Елена Викторовна, Казанский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова»: Россия, 420111 Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 25/22.

Тел.: (843) 292-78-25

E-mail: Helenmev@mail.ru

ON THE PROBLEM OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN THE SPHERE OF RETAIL TRADE

Bezlipkina Elena Viktorovna, Kazan branch of Russian economics university named after G. V. Plekhanov. Russia.

Keywords: *socially-oriented policy of a store, range of socially important goods, goods for minimal prices and discount goods, "Economical shopper" department, color concept of a store, customer's level of income, consumer basket.*

The article suggests the project of creating "Economical shopper" departments selling food or industrial products in retail stores. The project was inspired by the new political-economic realia which make the author think about the way to help people in a difficult life or financial situation. Current situation in Russian consumer market is characterized mainly by the constant growth of prices for all kinds of goods that the population needs, including the socially important ones. It is generally known that purchasing needed goods at the lowest possible price is a priority for most Russian consumers, even though there are certain requirements towards quality as well. Thus, the

project aims to create "Economical shoppers" departments selling food or industrial products in retail stores. These shops would contain a range of socially important goods, goods for minimal prices and discount goods. This project was developed at "Commercial activity in the market of goods and services" department by the associate professors O. A. Shipshova and E. V. Bezlipkina and is an innovative one, since until lately such departments were not included into the structure of trade enterprises. Moreover, the population with average and below average income now have the opportunity to make purchases with minimal monetary and time expenses. The main goals of trade organizations are satisfying the needs of customers, entering the new market segment and obtaining profit.

The implementation of this project in retail trade stores will make it possible to put into action the socially-oriented concept of trade enterprises, increase the inflow of a certain type of customers (pensioners, students, families with many children and low-income families, etc.) into the shop, optimize the shoppers' time spent on purchasing goods, increase goods turnover and the competitive ability of a trade enterprise.

РАЗРАБОТКА СТРУКТУРЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА ПРОЕКТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Е. Н. НОВИКОВА

*ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Обосновано место информационной системы маркетинга в системе управления проектной организацией, разработан проект структуры маркетинговой информационной системы.

Ключевые слова: маркетинговая информационная система, структура маркетинговой информационной системы, проектирование маркетинговой информационной системы.

Во многих отечественных организациях возникает интерес к созданию и внедрению маркетинговых информационных систем. Поэтому, приоритетными вопросами становятся процессы проектирования данных систем. Однако, как показывают исследования, во многих российских организациях основными видами деятельности в сфере информационного обеспечения маркетинга остаются сбор и первичный анализ данных, в то время как в развитых зарубежных странах информационные системы маркетинга находятся на этапе преобразования в системы знаний.

Вышеотмеченные обстоятельства указывают на высокую степень востребованности бизнес-сообществом результатов исследований проблематики, связанной с проектированием информационных систем маркетинга, а также являются причиной возрастающего интереса научных кругов к проблемам информационного обеспечения маркетинговой деятельности. Настоящий этап развития научных исследований в области проектирования маркетинговых информационных систем характеризуется отсутствием единого методологического подхода, а количество научных публикаций, как зарубежных, так и отечественных авторов, достаточно невелико. Многие исследования фрагментарны и носят описательный характер, что также подтверждает актуальность исследования процессов проектирования маркетинговых информационных систем.

Проблемы проектирования маркетинговых информационных систем рассматривались в трудах таких зарубежных ученых как Г. Ассэль [1], Ф. Котлер [2], К. Малхотра [3] и других. Среди отечественных ученых, которым принадлежат труды в области маркетингового информационного обеспечения, можно выделить И. К. Беляевского [4], Т. А. Бурцеву [5], Т. Мхитаряна [6], Н. С. Шарафутдинову [7].

Проектирование маркетинговой информационной системы должно осуществляться с учетом специфики деятельности организации. Так, среди особенностей информационного обеспечения деятельности российских проектно-исследовательских организаций можно выделить:

- необходимость постоянного отслеживания большого объема обновлений нормативных актов;
- необходимость содержания архивов, проектных кабинетов;
- высокую стоимость специализированного программного обеспечения, при этом зависимость используемых в России средств автоматизированного проектирования от зарубежных программных продуктов крайне велика.

Представляется целесообразным рассматривать в качестве эффективного подхода к организации информационного обеспечения деятельности проектно-исследовательских организаций системный подход. Так, в составе маркетинговой информационной си-

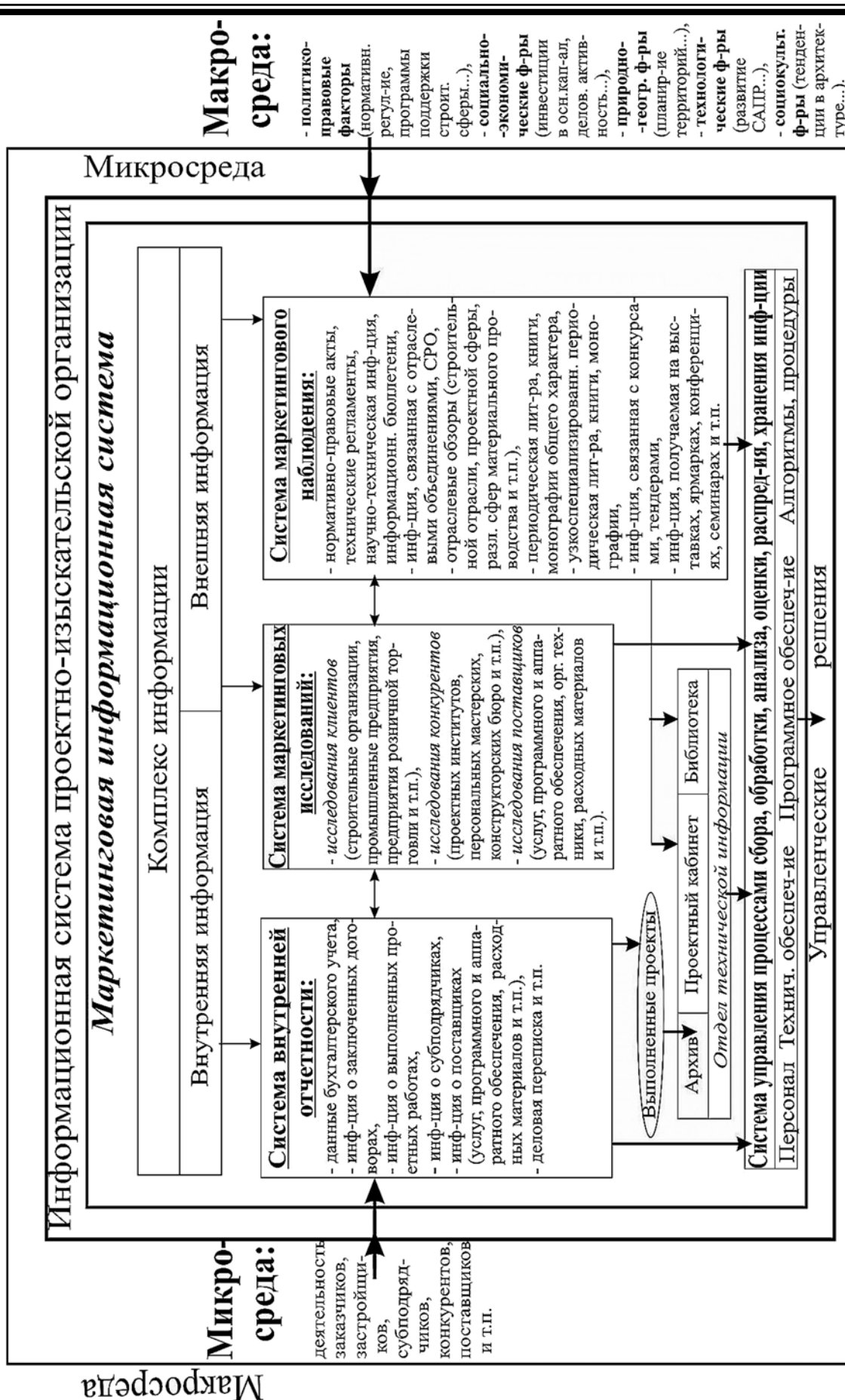


Рисунок 1. Структура маркетинговой информационной системы проектно-изыскательской организации

стемы проектно-изыскательской организации должно быть обеспечено планомерное функционирование следующих подсистем:

– подсистемы внутренней отчетности, осуществляющей сбор, анализ, распределение данных бухгалтерского учета, информации о договорах, выполненных проектных работах, информации о субподрядчиках, поставщиках и т. п.;

– подсистемы маркетингового наблюдения, которая будет обрабатывать наибольший объем информации. В ее состав входит обширный компонент, включающий нормативно-правовые акты, научно-техническую информацию, наличие которых обязательно для обеспечения высокого качества проектно-изыскательских работ. Данная подсистема включает также информацию, связанную с отраслевыми объединениями, саморегулируемыми организациями; отраслевые обзоры; периодическую литературу, книги, монографии специализированного и общеэкономического характера; информацию, связанную с тендерами, конкурсами; информацию получаемую на выставках и т. п.;

– подсистемы маркетинговых исследований (исследования клиентов, конкурентов, поставщиков), которая зачастую практически отсутствует в информационных системах проектно-изыскательских организаций, однако содержит большой потенциал повышения эффективности маркетинговой деятельности.

Аккумулируемая вышеобозначенными подсистемами информация должна планомерно преобразовываться в результате функционирования системы управления процессами сбора, обработки, хранения и распределения маркетинговой информации, которая, в частности, должна обеспечивать проведение маркетингового анализа собранной информации, чему зачастую не уделяется внимание в проектно-изыскательских организациях.

Структура маркетинговой информационной системы проектно-изыскательской организации представлена на рисунке 1.

Отличие предлагаемой структуры заключается в том, что представляется целесообразным выделить в структуре информационной системы маркетинга такие основополагающие компоненты, как со-

вокупность маркетинговой информации (во избежание терминологических несоответствий предлагается обозначить ее как «комплекс маркетинговой информации») и систему управления процессами сбора, обработки, хранения и распределения маркетинговой информации (она соответствует пониманию маркетинговой информационной системы в узком смысле). Комплекс маркетинговой информации предстает как неотъемлемый элемент маркетинговой информационной системы, поскольку в конечном итоге именно качество и содержание информации определяют эффективность принятия управленческих решений, а, следовательно, и самой маркетинговой деятельности.

Таким образом, определен концептуальный проект структуры маркетинговой информационной системы. Дальнейшее ее построение и детализация осуществляются в процессе проектирования маркетинговой информационной системы и зависят от цели и задач, стоящих перед службой маркетинга и в целом организацией. Эффективное функционирование маркетинговой информационной системы позволяет обеспечить менеджеров релевантной, своевременной, достоверной и точной информацией, на основе которой принимаются управленческие решения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия: учебник для вузов. – М. : ИНФРА-М, 2001.
2. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / пер. с англ. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2006.
3. Малхотра Н. К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство / пер. с англ. – 3-е изд. – М. : Вильямс, 2002.
4. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование : учеб. пособие. – М. : Изд-во Московского государственного университета экономики, статистики и информатики, 2004.
5. Бурцева Т. Интегрированные системы маркетинговой информации // Маркетинг. – 2005. – № 6.
6. Мхитарян С. В. Маркетинговая информационная система – М. : Эксмо, 2006.

-
7. Шарафутдинова Н. С. Маркетинговые инструменты как фактор повышения конкурентоспособности российских компаний // *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики*. – 2013. – № 2.

Новикова Елена Николаевна, канд. экон. наук, доцент, ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

Тел.: (904) 665-84-16

E-mail: novelena@list.ru

DEVELOPMENT OF THE STRUCTURE OF MARKETING INFORMATION SYSTEM OF A PROJECT ORGANIZATION

Novikova Elena Nikolaevna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Kazan (Volga) federal university. Russia.

Keywords: *marketing information system (MIS), structure of marketing information system, marketing information system design.*

The work substantiates the place of marketing information system in the system of managing a project organization and develops the project of the structure of marketing information system.

ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ УЧЕБНОГО ЦИКЛА ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРОВ

В. Ю. СОБОЛЕВ, О. В. КИСЕЛЕВА

*ФГБОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского»,
г. Нижний Новгород*

Аннотация. Предложен один из возможных подходов по определению трудоемкости освоения компетенций. Сделанные предложения расширяют диапазон изучения уровня освоения компетенций и предоставляют возможность при необходимости отойти от экспертной оценки трудоемкости компетенций и составить паспорт компетенций ООП.

Ключевые слова: компетенция, трудоемкость освоения, базовая часть учебного цикла ООП, значимость компетенций.

Применяемые федеральные государственные образовательные стандарты, основанные на компетентностном подходе, устанавливая результаты обучения в виде совокупности компетенций, которыми должен обладать выпускник вуза, предоставляют возможность самостоятельно определять разработчикам ООП время формирования компетенций в дисциплинах, регламентируя трудоемкость циклов, разделов и ООП в целом. В тоже время, имея только перечень дисциплин и совокупность формируемых в них компетенций, сложно обоснованно определить трудоемкость, отводимую ООП на овладение конкретной компетенцией, что предполагает проведение отдельных расчетов по установлению временных затрат, связанных с компетентностным подходом.

В основу предлагаемого подхода к определению трудоемкостей компетенций положено их распределение по базовой и вариативной части учебного цикла образовательного стандарта. Трудоемкость компетенции связана, прежде всего, с циклом учебных дисциплин, поскольку одна и та же компетенция в разных циклах дисциплин, как правило, имеет неодинаковую трудоемкость [1]. Последнее обусловлено имеющимися расхождениями в значимости компетенций, числом дисциплин, участвующих в формировании компетенции, трудоемкостью цикла учебных дисциплин. Не

смотря на то что общекультурные и профессиональные компетенции определены образовательным стандартом для ООП в целом, они отдельно приведены и в базовой части учебных циклов, а в некоторых ФГОС – и в вариативной части. Значимость базовой части циклов дисциплин для подготовки бакалавров, обуславливает целесообразность определения трудоемкости компетенций, начиная именно с этой части цикла учебных дисциплин.

Трудоемкость и состав компетенций базовой части определены существующими в настоящее время образовательными стандартами. А все компетенции, относящиеся к базовой части цикла образовательного стандарта, исходя из значения ее для направления подготовки, должны быть в обязательном порядке изучены обучающимися в данной части ООП. Базовая часть каждого цикла определяет основу подготовки обучающихся по формированию компетенций, относимых к определенному циклу образовательного стандарта. Причисление общекультурных и профессиональных компетенций к базовой части каждого из учебных циклов имеет свои особенности. Как показывает анализ образовательных стандартов, относимых по классификатору к группе направлений 38.00.00 «Экономика и управление», в базовую часть цикла Б1 преимущественно включены общекультурные компетенции ФГОС, а в Б3 – в основном профес-

сиональные компетенции. В учебном цикле Б2 однозначно установить доминирующий вид компетенций базовой части не всегда возможно.

Время освоения одной компетенции корректно определять в отношении конкретного образовательного стандарта, поскольку в каждом стандарте может отличаться как количество зачетных единиц базовой части одного и того же цикла, так и общее количество компетенций, относящихся к конкретному циклу.

На основе компетенций базовой части учебного цикла, установленных ФГОС, разработчик ООП устанавливает перечень необходимых для их формирования дисциплин. Определение дисциплин, формирующих конкретную компетенцию, осуществляет либо сам разработчик, либо проводится им исходя из рабочих программ дисциплин. По мере необходимости перечень дисциплин, принимающих участие в формировании компетенции, может уточняться.

Распределение дисциплин по компетенциям позволяет установить количество дисциплин, участвующих в освоении одной компетенции, что дает возможность определить и суммарное количество вхождений дисциплин, участвующих в формировании компетенций базовой части учебного цикла. Для определения трудоемкости важна значимость каждой отдельной компетенции ООП. Значимость каждой компетенции базовой части учебного цикла ($Z_{кбi}$) может быть рассчитана как отношение количества дисциплин, участвующих в формировании i -й компетенции ($Q_{бi}$), к суммарному количеству вхождений дисциплин, участвующих в формировании компетенций базовой части учебного цикла ($Q_{б}$):

$$Z_{кбi} = \frac{Q_{бi}}{Q_{б}}$$

На основе полученного распределения значимостей компетенций становится возможным установить сумму значимости дисциплин базовой части учебного цикла ($S_{бj}$) как сумму произведений признака участия дисциплины в формировании компетенции на ее значимость:

$$S_{бj} = \sum_{i=1}^{n_k} Q_{бij} \cdot Z_{кбij},$$

где $Q_{бij}$ – признак участия (не участия) j -й дисциплины в формировании i -й компетенции ба-

зовой части учебного цикла, $Q_{бij}$ равно 1 или 0; $Z_{кбij}$ – значимость i -й компетенции в j -й дисциплине базовой части учебного цикла; n_k – количество формируемых компетенций базовой части в учебном цикле.

Суммирование всех $S_{бj}$ дает сумму значимостей компетенций в дисциплинах базовой части учебного цикла ($S_{б}$):

$$S_{б} = \sum_{j=1}^m S_{бj},$$

где m – количество дисциплин базовой части учебного цикла.

Значения $S_{бj}$ и $S_{б}$ дают возможность установить значимость дисциплин учебного цикла ($Z_{бj}$) с учетом значимости компетенций:

$$Z_{бj} = \frac{S_{бj}}{S_{б}}$$

Структурная модель компонентов трудоемкости по каждой компетенции может быть представлена как сумма затрат времени на изучение дисциплин, участвующих в формировании той или иной компетенции, поскольку трудоемкость освоения компетенций ООП распределяется по дисциплинам учебного плана. В связи с этим трудоемкость компетенции может быть определена:

$$T_{кбi} = Z_{кбi} \cdot T_{цбz},$$

где $T_{цбz}$ – трудоемкость базовой части учебного цикла; z – учебный цикл ($f = 1, 2, 3$): 1 – Б.1 – гуманитарный, социальный и экономический цикл, 2 – Б.2 – математический и естественнонаучный цикл, 3 – Б.3 – профессиональный цикл.

В свою очередь распределение полученного значения трудоемкости компетенции осуществляется пропорционально значимости дисциплин ООП:

$$t_{ijб} = Z_{бj} T_{кбi},$$

где $t_{ijб}$ – время, отводимое на формирование i -ой компетенции при изучении j -ой дисциплины базовой части учебного цикла.

Рассчитанные таким образом величины могут быть использованы наряду с экспертными оценками для включения трудоемкости дисциплины в ООП. Сумма трудоемкостей компетенций и дисциплин базовой части учебного цикла должны совпасть и количественно равняться трудоемкости базовой части:

$$\sum_{i=1}^n T_{k\delta i} = \sum_{j=1}^m T_{\delta\delta j} = T_{\delta\delta z}.$$

Трудоёмкость компетенций и дисциплин вариативной части учебного цикла определяется путем проведения аналогичных расчетов с заменой соответствующих исходных данных. Трудоёмкость компетенции в учебном цикле будет иметь две составляющие – трудоёмкость компетенции базовой и вариативной частей. Трудоёмкость компетенции, формируемой в учебных циклах, представляет сумму этой трудоёмкости в трех учебных циклах.

Предложенный подход к определению трудоёмкости дает возможность в рамках существующих ФГОС устанавливать трудоёмкость каждой компетенции ООП, исходя из трудоёмкости учебных циклов с учетом их базовой и вариативной части, и отойти от экспертной оценки трудоёмкости компетенций. Кроме того у разработчиков ООП появляется возможность работать с трудоёмкостью компетенций в разрезе учебных циклов, разделов ООП в целом, а также знать время освоения каждой компетенции с учетом ее значимости для профессиональной деятельности студентов в каждой дисциплине учебного цикла. Распределение дисциплин учебного плана по компетенциям, в форми-

ровании которых они участвуют, позволяет аналитически определять трудоёмкость этих дисциплин. Анализ времени освоения и полученных результатов может повысить эффективность формирования общекультурных и профессиональных компетенций профиля за счет своевременного вмешательства в учебный процесс.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Киселева О. В., Соболев В. Ю. Основные предпосылки выявления профессиональных компетенций профиля подготовки бакалавра // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2014. – № 5 (14). – С. 126–134.

Соболев Вадим Юрьевич, д-р экон. наук, профессор, ФГАОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского»: Россия, 603950, г. Нижний Новгород, просп. Гагарина, 23.

Киселева Ольга Вячеславовна, канд. экон. наук, доцент, ФГАОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского»: Россия, 603950, г. Нижний Новгород, просп. Гагарина, 23.

Тел.: (831) 462-30-03

E-mail: zobelw@yandex.ru

LABORIOUSNESS OF MASTERING THE COMPETENCES OF THE EDUCATIONAL CYCLE OF MAIN BACHELOR STUDY PROGRAM

Sobolev Vadim Yurievich, Dr. of Econ. Sci., Prof., Nizhny Novgorod State university named after N. I. Lobachevsky. Russia.

Kiseleva Olga Vyacheslavovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Nizhny Novgorod State university named after N. I. Lobachevsky. Russia.

Keywords: competence, laboriousness of mastering, basic part of the educational cycle of MSP, importance of competences.

The work suggests one of the possible approaches to determining the laboriousness of mastering competences. The suggestions expand the range of studying the level of competence mastering and give the opportunity to deviate from the expert assessment of the laboriousness of competences, if necessary, and create the passport of MSP competences.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ

Т. Н. БОЧКАРЕВА, Г. М. БАХАЕВА

*Филиал ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет культуры и искусств»
в г. Набережные Челны,
г. Набережные Челны, Республика Татарстан*

Аннотация. В статье детализируются аспекты подготовки будущих специалистов в условиях компетентностного подхода. Рассматриваются пути активизации учебно-познавательной деятельности студентов на основе системного подхода.

Ключевые слова: компетентностный подход, познавательная активность, средства активизации.

Среди приоритетных задач профессиональной подготовки будущих специалистов особое место занимает проблема развития личности, направленной не только на саморазвитие и самообразование, но и на национальное возрождение страны, способной приспособиться к переменам в часто изменяющихся условиях.

Проблема оптимизации познавательной активности студентов в ходе профессиональной подготовки в педагогической науке не нова [1, 3, 5]. Однако сегодня данный вопрос приобретает свою актуальность, связанную с необходимостью повышения профессиональной компетентности будущих специалистов в процессе их обучения в вузе. Внедрение федерального государственного образовательного стандарта в высшей профессиональной школе во многом предопределило зависимость познавательной активности и уровня профессиональной подготовки студентов. Рассматривая профессиональную компетентность как результат познавательной активности студентов, можно прогнозировать уровень их компетентности на производстве. В связи с этим возникает вопрос о механизме развития познавательной активности и педагогических условиях необходимых для решения данной проблемы в учебно-воспитательном процессе в вузе.

На основе изучения психолого-педагогических исследований в области формиро-

вания профессиональной компетентности и познавательной активности [1, 3, 4], нами разработан механизм развития познавательной активности в структуре профессиональной компетентности будущих специалистов [2]. Итак, цель – профессиональная компетентность – это то, что достигается познавательной активностью, то есть представляет собой результат деятельности. Центральным моментом в познавательной активности являются потребности в познании и движении. Мотивы побуждают интерес и внимание к предмету деятельности, тем самым придают ей осмысленность. Мотив и цель образуют вектор деятельности, определяющий величину волевых усилий, выбор способов действий и уровень овладения необходимыми способами и приемами деятельности. Для будущего специалиста мотив выступает как непосредственная причина его поведения. Результат деятельности зависит от того, насколько цель отдалена от предмета деятельности, т. е. «расстояния» между предметом деятельности специалиста и предполагаемым результатом, а также от возможности творческой самореализации и полученных при этом положительных эмоций [2].

Задачи, стоящие перед вузом сегодня, заключаются в том, чтобы создать условия для развития такой познавательной активности студентов, которая будет побуждать к формированию профессиональной компетентности;

повышению качества подготовки необходимых региону специалистов, созданию условий для профессионального и творческого роста.

Для формирования у выпускника вуза профессиональных компетенций нами определены следующие педагогические условия [2]:

- формирование сознательности и активности студента о будущей профессии в процессе получения знаний;

- создание модели будущей деятельности в процессе обучения, где предмет деятельности будущего специалиста интенсивно изучается в процессе обучения в вузе;

- использование модульно-рейтинговой системы оценки качества обучения.

Исследование, проведенное нами среди студентов первых и пятых курсов на базе Набережночелнинского государственного торгово-технологического института и филиала Московского университета культуры и искусств в г. Набережные Челны, позволило выявить, что если на 1-ом курсе примерно одна треть студентов отмечают, что не владеют компетенциями в области своей будущей профессии, то на 5-ом курсе таких студентов остается примерно каждый десятый студент.

Использованная нами модульно-рейтинговая система оценки качества обучения представляет собой комплекс организационно-управленческих и учебно-методических мероприятий, направленных на повышение эффективности учебного процесса, а также усиления объективности и достоверности оценивания уровня подготовки студентов в процессе освоения профессиональных компетенций. Модульная система оценки качества обучения предполагает структурирование разделение учебной дисциплины на блоки (модули) и проведение регулярной оценки знаний, умений и компетенций студентов по модулям и учебной дисциплине в целом. Целью модульно-рейтинговой системы оценки качества обучения является повышение качества образования и комплексная оценка работы студентов при освоении ими основных образовательных программ высшего профессионального образования [2].

Применение модульной системы организации учебного процесса повлекло за собой изменение системы оценок знаний и умений студентов, что привело нас к разработке таблицы сопоставления рубежных баллов, связывающей российскую и европейскую оценки, и

облегчило процесс подготовки к европейской балльно-рейтинговой системе оценивания [2].

Основные принципы модульно-рейтинговой системы:

- последовательность и системность учебного процесса посредством структурирования содержания каждой учебной дисциплины на отдельные части (модули), интенсификации самостоятельной работы студентов, а также использования единых подходов к организации и проведению модульно-рейтинговой оценки их учебной деятельности;

- гибкость и вариативность, предполагающая наличие общей логики и единого варианта теоретических основ и механизма реализации БРС, а также индивидуального творческого подхода отдельного преподавателя и кафедры в определении и конкретизации необходимых и достаточных условий внедрения БРС в учебный процесс.

Изучение уровня познавательной активности у этих же студентов позволило выявить следующее (табл. 1).

Таблица 1 – Распределение уровня познавательной активности студентов, %

	1 курс		5 курс	
	НГТТИ	МГУКИ	НГТТИ	МГУКИ
Низкий уровень	10	21	23	38
Средний уровень	87	77	55	40
Высокий уровень	3	2	22	22

Таблица 1 позволяет нам выявить, что познавательная активность студентов на 1-ом курсе существенно отличается от уровня познавательной активности студентов на 5-ом курсе (на уровне $p \leq 0,5$).

Результаты эксперимента проверены с помощью методов математической статистики. На основании критерия согласия χ^2 Пирсона, применяемого для проверки статистических гипотез, нами сделан вывод, что существует корреляционная зависимость показателей профессиональной компетентности и уровня познавательной активности студентов.

Для формирования устойчивой мотивации у студентов необходимо создать условия для появления и усиления у них интереса к избранной специальности; помочь преодо-

леть безразличие к воспитательно-образовательному процессу и к отдельным учебным предметам, раскрыв их значимость для будущей профессиональной деятельности; организовать для студентов систему поощрений. Устойчивая мотивация обеспечивает продуктивность усвоения знаний студентами, высокий темп обучения, качество познавательного процесса и их познавательную активность. Среди приемов и методов обучения, направленных на оптимизацию познавательной активности можно выделить репродуктивный путь усвоения знаний, обеспечивающий информационно-рецептивное (объяснительно-иллюстрированное), алгоритмизированное и программированное обучение; продуктивный путь – проблемное обучение, эвристический исследовательский методы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абульханова-Славская К. А. Активность и сознание личности как субъекта деятельности. Психология личности в социалистическом обществе: Активность и развитие личности. – М. : Наука, 1989. – 183 с.
2. Бахаева Г. М. Влияние познавательной активности на формирование профессиональ-

ной компетентности студентов вузов : автореф. дис. ... канд. пед. наук. – Йошкар-Ола : МарГУ, 2010. – 28 с.

3. Компетентностный подход в педагогическом образовании / под ред. В. А. Козырева и Н. Ф. Радионовой. – СПб. : РГПУ им. А. И. Герцена, 2004. – С. 9–10.
4. Махмутов М. И. Развитие познавательной активности и самостоятельности учащихся. – Казань : Татарское книжное издательство, 1963. – 80 с.
5. Половникова Н.А. Ведущие методы познавательной деятельности // Ученые записки КГПИ. – Вып. 144. – 1975. – С. 116.

Бочкарева Татьяна Николаевна, канд. пед. наук, доцент, филиал ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет культуры и искусств» в г. Набережные Челны: Россия, 423826, Республика Татарстан, г. Набережные Челны, ул. Ш. Усманова, 122.

Бахаева Гузалия Музагитовна, канд. социол. наук, доцент, филиал ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет культуры и искусств» в г. Набережные Челны: Россия, Россия, 423826, Республика Татарстан, г. Набережные Челны, ул. Ш. Усманова, 122.

Тел.: (855-2) 53-49-22

E-mail: gbahaeva@mail.ru

INTERCONNECTION BETWEEN THE COGNITIVE ACTIVITY AND PROFESSIONAL COMPETENCE OF UNIVERSITY STUDENT

Bochkareva Tatiana Nikolaevna, Cand. of Ped. Sci., Ass. Prof., Naberezhnye Chelny branch of Moscow State university of culture and arts. Russia.

Bakhaeva Guzalia Muzagitovna, Cand. of Soc. Sci., Ass. Prof., Naberezhnye Chelny branch of Moscow State university of culture and arts. Russia.

Keywords: *competence approach, cognitive activity, ways of activation.*

The article describes in detail the aspects of preparing future specialists in the conditions of competence approach. It examines the ways of activating educational-cognitive activity of students on the basis of systemic approach.

ФОРМИРОВАНИЕ АКТИВНОЙ ЛИЧНОСТИ СТУДЕНТА ПОСРЕДСТВОМ МУЗЕЙНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ

В. И. ГВАЗАВА

*Калининградский институт экономики –
филиал НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет управления и экономики»,
г. Калининград*

Аннотация. Статья посвящена взаимодействию двух социокультурных институтов, музея и вуза, что позволит более качественно осуществлять профессиональную подготовку студентов.

Ключевые слова: музей, культуросозидающий потенциал, воспитательный потенциал, образовательная среда, социально-личностные компетенции.

Важная роль в формировании социально-личностных компетенций в вузе принадлежит дисциплинам социально-гуманитарного цикла, которые помогают студентам обрести навыки самостоятельности, ответственности, а также воспитывают нравственные качества личности и профессионализм.

Ряд ученых (Д. Кечко, В. Пузиков, С. Е. Каплина) активно исследуют проблему формирования социально-личностных компетенций студентов и отмечают, что гуманитарные дисциплины:

- оказывают важное влияние на формирование ценностных ориентаций студентов, их профессиональных и личностных качеств как будущих специалистов;
- служат основой формирования ключевых компетенций;
- обладают огромным спектром форм и методов познавательной деятельности, необходимых для формирования профессионализма;
- играют важную роль в формировании осознанного отношения личности к процессам самообразования и самосовершенствования [6, с. 87].

Изучение гуманитарных дисциплин в рамках образовательного процесса высшей школы может быть представлено как стратегия, которая реализуется на основе принципов:

- непрерывности образования, предполагающей единство всех этапов формирования профессиональной мобильности будущих

специалистов при изучении гуманитарных дисциплин;

- системности в формировании мировоззренческих взглядов студентов;
- гуманизации, проявляющейся в гуманистической направленности подготовки будущих специалистов, раскрытии личностного потенциала студентов;
- динамичности, выражающейся в постоянном предвидении новых тенденций и изменений в будущей профессиональной деятельности;
- индивидуализации, т. е. учета интересов, склонностей и способностей студентов;
- межпредметных связей, предполагающих взаимосвязь предметов фундаментальной и гуманитарной подготовки [6, с. 89].

Учебные планы по гуманитарным специальностям («Реклама и связи с общественностью», «Туризм») предлагают для изучения гуманитарные дисциплины: культурология, музейная и выставочная деятельность, имиджология, этикет и протокол делового общения и др.). Изучая данные дисциплины, мы используем опыт проведения практических занятий в музеях города [2, 3].

Российские исследователи, рассматривая музей как образовательную среду, отмечают, что музей:

- развивает социально и культурно значимые качества личности;
- предполагает образовательно-воспита-

тельное воздействие посредством эмоционально-эстетической реакции, визуального восприятия, развития способности ценностного переживания;

– учит студентов извлекать знания, опираясь на первоисточники, мыслить логически и критически более аргументированно;

– предполагает возможность включения в общение, творческую деятельность и др.

Образовательная среда музея позволяет расширить кругозор студента, дать дополнительные знания студентам. Взаимодействие двух социокультурных институтов, музея и вуза, на основе музейной педагогики позволит более качественно осуществлять профессиональную подготовку студентов.

Музей обладает высоким культуросоциальным и воспитательным потенциалом, способен к решению задач духовного развития социума.

Наиболее изученным аспектом культурно-образовательной деятельности большинства современных музеев является работа со студенческой аудиторией.

Исследование, проведенное в Калининграде на базе Калининградского института экономики и Калининградского филиала Московской финансово-юридической академии, позволило определить значимость музеев для студенческой молодежи, роль музеев в семейном досуге.

Результаты опроса (130 студентов):

– музеи Калининграда пользуются популярностью, активно посещаются школьниками и студентами;

– студенты чаще всего они посещают музеи со школой – 60%, с друзьями – 20%, с родителями – 20%;

– около 40% опрошенных рассматривают музей как интересный досуг, полезный и нужный;

– роль музеев в семейном досуге невелика, но интерес к музейной деятельности у студентов есть, хотя сформирован слабо;

– отмечается значительное омоложение семейной аудитории в музеях, т. е. чаще посещает музеи молодежь от 12 до 30 лет [2–4].

В настоящее время в Калининграде существенно расширяется культурно-образовательная среда современного музея, развиваясь по пути дальнейшей дифференциации аудитории. Расширить культуротворческий потенциал, стать эффективным инструментом вос-

питания и образования позволяет появление новых форм музейно-педагогической деятельности, использование инновационных методов и технологий в культурно-образовательном пространстве музея.

Учебные курсы «Культурология», «Музейная и выставочная деятельность», «Имиджелогия» и др. способствуют формированию следующих компетенций студентов:

– компетенции культурно-ценностной и личностной ориентации, требующие от выпускника вуза умения формулировать собственные мировоззренческие принципы с учетом системы ценностей, общепринятых в современном российском обществе;

– компетенции гражданственности и патриотизма, готовность своей профессиональной деятельностью содействовать укреплению России;

– компетенции социального взаимодействия, связанные с выработкой отношения выпускника вуза к существующим социальным нормам и ценностям на основе ориентации в историческом опыте российского общества;

– компетенции коммуникации, ориентированные на осуществление общения в поликультурном, полиэтничном российском обществе и др.

Исследователи выделяют векторы в направленности социально-гуманитарных дисциплин на формирование социально-личностных компетенций студентов в процессе образования:

– ориентация личности на статус в обществе (например, на практических занятиях по музейной и выставочной деятельности студенты учатся взаимодействовать с представителями разных социальных слоев);

– ориентация личности на позицию в конкретной социальной группе (изучение этикета и протокола делового общения позволяет студентам скорректировать свои социальные роли, эффективно общаться);

– ориентация личности на саморазвитие (например, в курсе имиджелогии у студентов формируется понимание значимости личности; воспитываются такие качества, как целеустремленность, ориентация на успех, конкурентоспособность, самокритичность и др.);

– общая образованность и функциональная грамотность личности [6, с. 48–49; 2; 3].

Таким образом, социально-личностные компетенции в процессе изучения социально-

гуманитарных дисциплин могут формироваться с использованием музейной образовательной среды. Этому должна предшествовать предварительная работа: самостоятельно разработанные студентами мини-лекции, которые могут быть прочитаны в ходе проведения экскурсии по музею; подбор интересных материалов, фактов к определенной экспозиции; создание программы/плана продвижения положительного имиджа музея и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гвазава В. И. Использование информационной образовательной среды музея в вузовском обучении // Труды Междунар. науч.-метод. конф. «Национальный минерально-сырьевой университет «Горный». – СПб. 27–29 мая 2014 г. 2014. – 562 с.
2. Гвазава В. И. Практика использования музейной среды в образовательном процессе // Современные исследования социальных систем. – 2014. – № 1. – С. 36–43.
3. Гвазава В. И. Культурно-образовательная деятельность музеев Калининграда и Гданьска // Сборник науч. статей по итогам Междунар. науч.-практ. конф.

«Современные концепции теории и практики: новые пути исследований и развития в экономике, управлении проектами, педагогике, праве, культурологии и др.». – СПб. : КультИнформПресс, Санкт-Петербург, 30–31 мая 2014 г. – С.26–28.

4. Кечко Д. Образование, воспитание, обучение с позиций компетентностного подхода // Высшее образование в России. – 2007. – № 9. – С. 124–127.
5. Пузиков В. Социологическое образование в вузе: задачи и проблемы // Высшее образование в России. – 2008. – № 6 – С. 106–109.
6. Каплина С. Е. Концептуальные основы формирования профессиональной мобильности будущих специалистов в процессе изучения гуманитарных дисциплин // Высшее образование сегодня – 2008. – № 3. – С. 87–89.

Гвазава Валентина Ивановна, канд. филол. наук, доцент, Калининградский институт экономики – филиал НОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет управления и экономики»: Россия, 236000, г. Калининград, ул. Карла Маркса, 17.

*Тел.: (401-2) 66-20-11
E-mail: balticvalentina@mail.ru*

FORMATION OF THE ACTIVE PERSONALITY OF A STUDENT BY MEANS OF MUSEUM EDUCATIONAL ENVIRONMENT

Gvazava Valentina Ivanovna, Cand. of Phil. Sci., Ass. Prof., Kaliningrad institute of economics (branch of St. Petersburg university of management and economics). Russia.

Keywords: *museum, culture-forming potential, educational potential, educational environment, social-personal competences.*

The article is devoted to the interaction of two socio-cultural institutions – museum and higher educational institution. This interaction will ensure the higher quality of professional preparation of students.

СОТРУДНИЧЕСТВО ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ С МЕСТНЫМИ СЕЛЬХОЗПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

И. Р. ВАЛЕЕВ

*Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации
«Российский университет кооперации»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. Обосновывается необходимость тесного сотрудничества крупных торговых сетей с региональными сельхозпроизводителями, раскрываются основные проблемы, связанные с организацией такого сотрудничества, а также возможности их преодоления в ближайшей и дальней перспективе.

Ключевые слова: торговые сети, сельхозпроизводители, сетевые супермаркеты, межорганизационные партнерские отношения, инвестиционное сотрудничество.

В современных условиях наблюдается интенсивное развитие торговых сетей как в зарубежных странах, так и в России. По оценкам доктора экономических наук, профессора И. Т. Насретдинова, к 2015 г. доля объединенных торговых сетей Российской Федерации достигнет 60% общего розничного товарооборота [5, с. 7]. Для большинства торговых сетей весьма актуальным остается вопрос о расширении взаимодействия с производителями товаров. В условиях применения международных санкций особенно важной является эффективная организация сотрудничества между торговыми сетями продовольственного профиля с местными сельхозпроизводителями.

В области взаимодействия сетевых супермаркетов с местными аграриями за последние годы наметились некоторые положительные тенденции. Как известно, лет десять тому назад на полках супермаркетов продукты местных производителей встречались довольно редко. Их рыночные предложения зачастую игнорировались крупными торговыми сетями, которые преимущественно ориентировались на реализацию импортных или привозимых из других регионов товаров. В настоящее время доля товаров местных аграриев в ряде торговых сетей крупных городов России достигает уже 30 и более процентов.

Взаимодействие торговой организации и местного производителя сельскохозяйствен-

ной продукции является выгодным для обеих сторон.

Главное преимущество подобного взаимодействия для местных аграриев заключается в обеспечении больших объемов сбыта продукции и связанный с этим эффект масштаба. Партнерские отношения с розничной сетью обеспечивают им наиболее полную загрузку производственных мощностей, дают возможность более рационально планировать запасы, снижать производственные и коммерческие издержки.

Для торговой сети предложение местных продуктов выступает дополнительным фактором привлечения покупателей и соответственно повышения ее конкурентоспособности. Местные производители поставляют в магазины продукты, которые относятся к категории «фреш» (овощи, молоко, охлажденное мясо и др.) и не могут долго храниться. Продукты местного производства являются в этом смысле более привлекательными для покупателей, нежели продукты, привезенные издалека.

В стремлении поддерживать свою торговую марку супермаркеты предъявляют повышенные требования к качеству поставляемых товаров, которые, однако, не все сельхозпроизводители в состоянии выполнить. Нередки случаи, когда производителями нарушается принцип стабильности качества, не соблюдаются графики и объемы поставок.

Особенно сложной проблемой для местных сельхозпроизводителей является выполнение современных требований к упаковке и маркировке товаров, а также осуществление широкомасштабных мероприятий по их рекламе и продвижению. Причина этому – отсутствие необходимого опыта в области коммерции и маркетинга и ограниченность средств, которые могут выделять производители на эти цели.

Указанная проблема успешно решается в тех случаях, когда продукты реализуются под частными торговыми марками (брендами). Русскоязычный термин «частная марка» происходит от английского «private, own label», означающего «частный» или «собственный ярлык». Он подразумевает прикрепление предприятием торговли своего ярлыка на товар, независимо от того, кем он произведен, для идентификации принадлежности этого товара данному продавцу. Раскрученная частная марка в сочетании с фирменной упаковкой торговой сети позволяет ей увеличивать объемы продаж и способствует лояльности покупателей к магазинам сети. Благодаря этому розничный торговец имеет возможность снизить наценку на товары, так как не требуется больших расходов на рекламу и различного рода акции по стимулированию продаж.

Продукты, которые продаются как частные марки, производятся под полным контролем торговой сети, включая основные фазы цепочки поставок от отбора сырья до упаковки и доставки. В результате этого обеспечивается гарантированное качество предлагаемой покупателям конечной продукции. Немаловажно и то, что производители работают по целевым заказам, благодаря чему они могут составлять свои производственные программы под объемы продаж конкретных супермаркетов, с которыми они сотрудничают. Поскольку продаваемые товары продвигаются торговой сетью под собственным брендом, товаропроизводители освобождаются от необходимости дополнительных инвестиций на продвижение. Таким образом, высокое качество продукции достигается существенно более меньшими совокупными издержками, чем в ситуациях разрозненных действий, работающих в одной цепочке предприятий сферы производства и торговли.

Однако взаимодействие торговли и производства в рассматриваемом контексте характеризуется определенной асимметричностью,

которая сводится к доминированию торговой сети в переговорном процессе с производителями. Местные поставщики сельхозпродукции в силу своей специфики, как правило, не обладают большой рыночной властью и по этой причине часто вынуждены соглашаться на заведомо невыгодные условия сотрудничества, диктуемые им со стороны торговых сетей.

Более равноправное партнерство между местными предприятиями-аграриями и крупными торговыми сетями может быть достигнуто в рамках различного рода ассоциаций и объединений [2, с. 75]. В частности, большие перспективы применительно к взаимодействию торговли и производства с ориентацией на обеспечение высокого качества продукции имеет развитие предпринимательских объединений в формате инвестиционного партнерства [3, с. 12].

Чтобы не оказаться под диктатом торговых сетей, предприятия, производящие продукцию сельскохозяйственного происхождения, должны обладать достаточно прочными рыночными позициями. Как известно, после вхождения России в ВТО даже многие из ранее успешных сельхозпроизводителей оказались под угрозой потери своей конкурентоспособности, поскольку на полки магазинов нахлынула дешевая импортная продукция. Этот процесс приостановился только вследствие введения Россией летом 2014 г. известных антисанкционных мер. Сегодня, как никогда, важно усиление государственной поддержки сельхозпроизводителей, но в новых, не противоречащих международным и отечественным правовым нормам и правилам, формах. Среди всего прочего представляет интерес создание в регионах с высоким потенциалом сельскохозяйственного производства логистических центров на принципах частно-государственного партнерства для упаковки и продвижения продукции местных сельхозпроизводителей [1, с. 81].

Исключительно важное значение, на наш взгляд, имеет формирование между торговыми сетями и местными аграриями практик взаимодействия, базирующихся на принципах добросовестности, которые должны охватывать этапы как заключения договоров, так и их исполнения. Показывая образцы обеспечения баланса интересов торговых сетей и поставщиков, такие практики дают всем участникам рынка четкие ориентиры на достижение вы-

сокой эффективности взаимодействия в целях снижения издержек по всей цепочке поставок и улучшения качества конечной продукции при соблюдении этических правил использования рыночной силы и содействии развитию конкуренции на рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Валеев И. Р. О некоторых предпосылках инновационного развития сферы сервиса // Проблемы и перспективы развития индустрии сервиса, торговли и общественного питания в современной России : материалы Междунар. науч.-практ. конф. / под ред. И. Т. Насретдинова. – М. : ООО «Издательский дом Центросоюза», 2014. – С. 78–82.
2. Евстафьев Н. В. Механизм устойчивого взаимодействия фирм в процессе совместной деятельности // Ученые записки Казанского университета. – 2005. – Т. 147. – № 3. – С. 72–81. – (Гуманитарные науки).
3. Евстафьев Э. Н., Евстафьев Н. В. Государственное предпринимательство

или частно-государственное партнерство? Основные детерминанты выбора // Научное обозрение. – 2012. – № 1. – С. 10–15.

4. Третьяков О. А. Сотрудничество региональных производителей с розничной торговлей // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 3 (53). – С. 34–38.
5. Насретдинов И. Т. Роль и оценка торгового сервиса в современных условиях // Проблемы и перспективы развития индустрии сервиса, торговли и общественного питания в современной России : материалы Междунар. науч.-практ. конф. / под ред. И. Т. Насретдинова. – М. : ООО «Издательский дом Центросоюза», 2014. – С. 7–11.

Валеев Ильфат Рифкатович, канд. биол. наук, доцент, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»: Россия, 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58.

Тел.: (843) 272-80-91

E-mail: ilfat_valeev@mail.ru

COOPERATION OF TRADE CHAINS WITH LOCAL AGRICULTURAL PRODUCERS: PROBLEMS AND PROSPECTS

Valeev Ilfat Rifkatovich, Cand. of Biol. Sci., Kazan cooperative institute (branch of Tsentrosoyuz of the Russian Federation “Russian university of cooperation”). Russia.

Keywords: *trade networks, agricultural producers, chain supermarkets, inter-organizational partnership relations, investment cooperation.*

The work substantiates the necessity of close cooperation between large trade chains and regional agricultural producers, uncovers the main problems connected with organizing such cooperation and the possibilities of overcoming them in short-term and long-term perspective.

ИССЛЕДОВАНИЕ КЛИЕНТОВ КОМПАНИИ MITSUBISHI ELECTRIC МЕТОДОМ САМООРГАНИЗУЮЩИХСЯ КАРТ КОХОНЕНА

С. М. ЛУГОВНИНА, И. А. СБОЕВА

*ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный технологический университет»,
г. Йошкар-Ола, Республика Марий Эл*

Аннотация. Выделены основные факторы, определяющие успех в конкурентной борьбе на рынке промышленной автоматизации. Дана характеристика филиала Mitsubishi Electric (г. Москва) и установлены цели инновационного развития компании. Проанализированы результаты маркетингового исследования клиентов компании, проведенного методом самоорганизующихся карт Кохонена.

Ключевые слова: рынок промышленной автоматизации, инновационное развитие, самоорганизующиеся карты Кохонена, кластеризация клиентов, сегментация, маркетинговые исследования.

Современный рынок промышленной автоматизации достаточно сложен. С одной стороны отмечается рост целевых рынков как с точки зрения их емкости, так и с точки зрения их количества, увеличивается спрос на продукцию, с другой – растет количество конкурентов.

В настоящее время на международном рынке промышленной автоматизации наиболее заметными компаниями являются Mitsubishi Electric (Япония), Siemens (Германия), Omron (Япония), Danfoss (Дания), Schneider Electric (Франция); LG (Корея), Toshiba (Япония), Hitachi (Япония), Leroy Somer (Франция), производители из Китая и Тайваня. Кроме того, на рынке представлено множество инжиниринговых компаний, системных интеграторов, дилеров и дистрибьюторов основных компаний. Потребители отдают предпочтение комплексным продуктам, адаптированным к решению конкретных задач, с необходимым дополнительным сервисом (например, обследованием объекта, техподдержкой, пуско-наладкой, либо шеф-монтажом оборудования).

Основными факторами, определяющими успех в конкурентной борьбе на рынке промышленной автоматизации, являются следующие: наличие оборотных средств для поддержания складов готовой продукции; наличие сильного логистического канала для уменьшения сроков поставки продукции; наличие широкого модельного ряда с широким охватом ви-

дов применения; наличие сильной сервисной службы и технической поддержки; качество и надежность поставляемого продукта [3].

Объект данного исследования – Филиал Mitsubishi Electric (г. Москва). Свою историю компания начинает с 1921 г. В то время осуществлялся выпуск электрических вентиляторов, а чуть позже – бытового электрооборудования. К разработкам специалистов компании относятся передовые системы кондиционирования, компьютеры, спутники, работающие от солнечных батарей, решения для атомных электростанций. К основным достижениям и передовым технологиям, реализованным на рынке, можно отнести скоростной лифт, спиральный эскалатор, широкоформатный LED-экран, возможность получить доступ к сети Интернет с борта летящего самолета и другие инновационные решения.

Современная Mitsubishi Electric – это лидер в области производства, маркетинга и продаж электрического и электронного оборудования. Девиз Mitsubishi Electric «Перемены к лучшему» отражает инновационный путь развития компании, которая поставила своей целью постоянное улучшение технических решений для большего прогресса и лучшего качества жизни [1].

Продукция Mitsubishi Electric для промышленной автоматизации на российском рынке представлена более 15 лет.

Основными целями инновационного развития Mitsubishi Electric являются:

- 1) массивный вывод на рынок продуктов, требующих интеграции, – ПЛК, Серво, Панели операторов;
- 2) расширение бизнеса инверторов, high-low-high solutions;
- 3) интенсивное внедрение в бизнес системной интеграции;
- 4) надежная работа с ключевыми клиентами;
- 5) создание собственного склада продукции и налаживание логистики;
- 6) усиление роли маркетинга с целью защитить компанию от low-cost продукта конкурирующих организаций, выходящих на рынок.

Хорошее знание потребителей продукции и услуг предприятия является одним из важных факторов успешной деятельности фирмы в рыночных условиях. Поэтому в целях совершенствования своей работы, компании периодически следует применять различные методы маркетинговых исследований. Одним из таких методов является метод самоорганизующихся карт Кохонена (СКК) [2].

Метод СКК – современный инструмент маркетингового анализа. Его применение позволяет сократить количество сопоставляемых объектов (клиентов). В рамках данного метода проводится анализ групп (кластеров), объединенных на основании схожести признаков.

Программное обеспечение, позволяющее работать с СКК, представлено множеством инструментов. Это могут быть как инструменты, включающие только реализацию метода СКК, так и нейропакеты с целым набором структур нейронных сетей. В частности метод СКК может быть реализован с помощью следующих программных продуктов: Statistica, SoMine, NeuroShell, NeuroScalp, Deductor и других. В ходе проведения данного маркетингового исследования для построения модели был использован аналитический пакет Deductor.

Цель исследования состояла в проведении кластеризации (сегментации) клиентов Филиала Mitsubishi Electric (г. Москва), т. е. выделении однородных клиентских групп на основе показателей из базы данных. В качестве базы исследования послужили данные об объеме закупок продукции клиентами компании и показатели частоты закупок в месяц.

В результате применения метода СКК

вся база клиентов была преобразована в двумерное пространство, которое карта распределила на 9 кластеров (сегментов).

Кластер 0 объединяет двух крупных клиентов из 142, суммарный объем закупок которых составил 18 143 731 руб. Это предприятия «Роснефть» НК «ЛУКОЙЛ», включенные в перечень стратегических предприятий России. Компании являются топ-клиентами Филиала Mitsubishi Electric.

Кластер 1 включает 10 клиентов, среди которых 3 компании заняты в нефтегазовой и нефтяной промышленности, 3 – в нефтехимической и химической, а 4 – в пищевой промышленности. Данный сегмент занимает второе место по объему (25 409 969 руб.) и частоте закупок.

В Кластер 2 попали основные клиенты Филиала Mitsubishi Electric, среди которых ООО «Башкирская генерирующая компания» с объемом закупок 4 476 041 руб., ОАО «Альметьевский трубный завод» с объемом закупок 4 456 055 руб. Кластер является лидером по объему закупок в анализируемом периоде.

Кластер 3 объединяет 20 промышленных предприятий исследуемой выборки, из них 7 принадлежит машиностроению, по 3 предприятия – химической и нефтехимической, а также пищевой промышленности.

Кластер 5 содержит 32 промышленных предприятия, из которых 10 предприятий принадлежат машиностроению. Кластер является самым большим по числу клиентов, но занимает лишь пятое место по объему закупок (8 796 371 руб.).

Кластер 6 содержит 19 промышленных предприятий выборки, среди них 12 предприятий работают в энергетической отрасли. Объем закупок равен 2 440 548 руб.

Кластер 7 содержит 3 промышленных предприятия выборки и занимает последнее место по объему закупок (104 734 руб.) среди всех полученных кластеров.

Кластер 8 содержит 21 промышленное предприятие выборки, среди них 5 предприятий работают в энергетической отрасли. Объем закупок равен 1 574 920 руб.

Кластер 9 содержит 28 клиентов и занимает четвертое место среди всех полученных кластеров. Суммарный объем закупок равен 18 133 872 руб. с частотой сделок 1 раз в месяц.

Проведенное исследование показало, что метод нелинейного кластерного анализа, основанный на применении нейронных сетей, позволяет повысить эффективность работы маркетолога за счет уменьшения числа данных для анализа, выявлять скрытые закономерности в базах данных. Поэтому метод СКК представляет большой интерес для исследователей с точки зрения получения и анализа маркетинговой информации.

Идентифицировав топ-клиентов и основных клиентов Филиала Mitsubishi Electric, составляющих 16,2% потребителей, на которых приходится свыше 55% общей выручки, можно сделать вывод о том, насколько важна уже сложившаяся база потребителей для успеха бизнеса.

В заключение можно отметить, что систематическое проведение анализа клиентов Филиала Mitsubishi Electric методом СКК позволит компании:

1) оптимизировать систему работы с клиентами, эффективно управлять взаимоотношениями с потребителями, стимулировать переход клиентов из группы низшего приоритета в группу среднего, посредством установления долгосрочного партнерства / интегрированного управления, проведения семинаров и тренингов, а также продажи комплексных решений;

2) грамотно проводить маркетинговую политику, способствующую росту прибыли, сохранению рыночной устойчивости и стабильности компании;

3) сформировать дифференцированную стратегию увеличения клиентской базы для каждой стратегической группы посредством расчета предела клиентской базы для группы

высшего приоритета, экономического размера клиентской базы для группы среднего приоритета, использования модели «максимум – минимум» для группы низшего приоритета.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт Филиала Mitsubishi Electric (г. Москва) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru3a.mitsubishielectric.com/fa/ru>.
2. Сбоева И. А. Технологии маркетингового анализа потребителей (на примере ЗАО «НТЦ Приводная техника») // Итоги научно-исследовательской работы вуза за 2012 год : сборник науч. статей / под ред. Н. М. Швецова. – Йошкар-Ола : МОСИ – ООО «СТРИНГ», 2012. – 664 с.
3. Луговнина С. М., Левит М. А. Этапы эволюции инновационной деятельности компании «MOTUL» // Инновационное предпринимательство: российская и мировая практика : материалы Всероссийск. науч.-практ. конф. с междунар. участием. – Т. 2 / под общ. ред. Л. А. Гайнуловой. – Казань : Печать – Сервис XXI век, 2012. – 390 с.

Луговнина Светлана Михайловна, канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный технологический университет»: Россия, 424000, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, пл. Ленина, 3.

Сбоева Ирина Алексеевна, канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный технологический университет»: Россия, 424000, Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, пл. Ленина, 3.

Тел.: (836-2) 45-53-44

E-mail: lugovninasm@yandex.ru

STUDYING THE CLIENTS OF MITSUBISHI ELECTRIC COMPANY WITH THE HELP OF KOHONEN'S SELF-ORGANIZING MAPS

Lugovnina Svetlana Mikhailovna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Volga State technological university. Russia.

Sboeva Irina Alekseevna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof., Volga State technological university. Russia.

Keywords: market of industrial automation, innovative development, Kohonen's self-organizing maps, clusterization of clients, segmentation, marketing research.

The article singles out the main factors which determine competitive success in industrial automation market. It characterizes the Moscow branch of Mitsubishi Electric and establishes the goals of innovative development of the company. The study analyzes the results of marketing research of the company's clients carried out with the help of Kohonen's self-organizing maps method.

ОРГАНИЗАЦИЯ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В ПРЕДПРИЯТИЯХ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Э. С. ДОМРАЧЕВА

ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Казань, Республика Татарстан

Аннотация. Одной из важных функций управления деятельностью предприятия является внутренний контроль. Правильная организация внутреннего контроля позволяет оптимизировать затраты, выявить факты мошенничества, предупредить искажения в бухгалтерской (финансовой) отчетности и др.

Особую актуальность данные вопросы приобрели с момента вступления в силу норм ст. 19 Федерального закона от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (далее Закон № 402-ФЗ), согласно которому «экономический субъект обязан организовать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни». Кроме того, организация, чья бухгалтерская отчетность подлежит обязательному аудиту, должна осуществлять внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской отчетности. Обязательному аудиту подлежат организации – застройщики, ведущие строительство объектов по договорам долевого участия согласно Федеральному закону от 30 декабря 2004 г. № 214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» (далее Закон № 214-ФЗ). Так, в соответствии с подп. 6 п. 2 ст. 20 Закона № 214-ФЗ застройщик в случае необходимости обязан предоставить заинтересованному лицу аудиторское заключение за последний год.

Таким образом, вопросы внутреннего контроля как совершаемых фактов хозяйственной жизни, так и ведения бухгалтерского учета приобретают особую значимость для предприятий строительной отрасли.

Ключевые слова: система внутреннего контроля, контрольная среда, риски, бухгалтерская (финансовая) отчетность.

Понятия «система внутреннего контроля» и «внутренний контроль» достаточно новые для российской практики. Согласно глоссарию терминов стандартов аудиторской деятельности (одобрен Советом по аудиторской деятельности при Минфине России 29.05.2008, Протокол № 66) система внутреннего контроля представляет собой «процесс, организованный и осуществляемый представителями собственника, руководством, а также другими сотрудниками для того, чтобы обеспечить достаточную уверенность в достижении целей с точки зрения надежности финансовой (бухгалтерской) отчетности, эффективности и результативности хозяйственных операций, а также соответствия деятельности действующим нормативным правовым актам».

В соответствии с российским Федеральным правилом (стандартом) аудита № 8 «Понимание деятельности аудируемого лица, среды, в которой она осуществляется, и оценка рисков существенного искажения аудируемой финансовой (бухгалтерской) от-

четности» система внутреннего контроля включает следующие основные элементы:

1. Контрольная среда.
2. Оценка рисков.
3. Процедуры (средства) внутреннего контроля.
4. Информация и коммуникация.
5. Оценка внутреннего контроля.

Аналогичные элементы выделены в информации № ПЗ-11/2013 (Письмо Минфина России от 25 декабря 2013 г. № 07-04-15/57289). Данный документ был выпущен в целях реализации ст. 19 Закона № 402-ФЗ и содержит рекомендации по организации и осуществлению внутреннего контроля.

Рассмотрим каждый из элементов на примере строительной организации.

Контрольная среда – это совокупность определенных принципов и стандартов деятельности строительной организации, которые формируют представление об организации внутреннего контроля. Контрольная среда напрямую отражает отношения руководства

к управлению и определяет отношение сотрудников к организации и осуществлению внутреннего контроля. Среди факторов контрольной среды можно выделить такие, как этические принципы, стиль управления высшего руководства, процессы управления и развития персонала в организации.

Основными элементами контрольной среды строительной организации являются:

- органы управления строительной организации;
- сотрудники организации;
- внутренние локальные документы строительной организации, к которым можно отнести устав, первичные документы, положение о системе внутреннего контроля, документы, устанавливающие порядок взаимодействия подразделений строительной организации и др.).

Оценка рисков подразумевает выявление и принятие руководством соответствующих решений по управлению ими. Поскольку среда, в которой действует организация, постоянно меняется, возникают различные риски, которые нужно вовремя выявлять, для того чтобы предотвращать их последствия.

Для строительной отрасли характерно наличие большого количества рисков. Такое положение обусловлено значительным количеством операций в строительстве. Так, риски могут возникнуть на стадии приобретения и списания материалов в производство, при сдаче строительного-монтажных работ заказчику, при выполнении субподрядных работ и т. п.

В целях предотвращения выявленных рисков руководству организации следует выделить бизнес-процессы в строительной деятельности, на которых наиболее вероятно наличие злоупотреблений и возможностей для их совершения.

Руководство строительной организации может выбрать следующие методы реагирования на риск: уклонение от риска, принятие, сокращение, перераспределение риска.

Процедуры (средства) внутреннего контроля подразумевают под собой определенные действия, направленные на минимизацию рисков, влияющих на достижение целей операционной и финансовой деятельности строительной организации.

Процедуры внутреннего контроля должны обеспечивать гарантию того, что реагирование на возникающий риск происходит

оперативно, а главное – эффективно. В строительной организации к процедурам внутреннего контроля можно отнести такие мероприятия как согласования проектной документации, разрешения на строительство и иные связанные со строительством работы, проверки, сверки, отчеты по текущей деятельности, проверка соблюдения безопасности активов организации.

При разработке процедур внутреннего контроля в строительной отрасли необходимо обращать внимание на составление регламентов и на проверку их соблюдения. К ним можно отнести графики поэтапного выполнения строительного-монтажных работ, регламенты взаимодействия структурных подразделений, установку контрольных сроков сдачи и оплаты строительного-монтажных работ. В таких регламентах важно выделить необходимость контроля за их соблюдением как службы внутреннего аудита (при ее наличии), так и высшего руководства.

Информация и коммуникации. В деятельности строительных организаций информационная система играет значительную роль, способствуя повышению производительности труда и улучшению качества управленческих решений.

Информационные системы строительной организации включают следующие основные компоненты:

- информационная система сметных расчетов;
- информационная система проектирования;
- информационную систему ведения бухгалтерского, кадрового учета в организации;
- информационная система внутреннего делопроизводства;
- информационная система календарного планирования.

Эффективный коммуникационный обмен должен обеспечивать как вертикальные, так и горизонтальные информационные потоки во всей строительной организации.

Примером горизонтальной коммуникации является тесное взаимодействие и обмен информацией основных участников строительного процесса (инвестор, заказчик, проектировщик, генеральный подрядчик, субподрядчики). Для эффективной коммуникации информационные системы участников процесса должны быть связаны между собой и

поддерживать возможность обмена электронными документами.

Примером вертикальной коммуникации является взаимодействие строительного сектора с государственными органами. Так, в строительной области от организаций требуется исполнение различных норм, расценок, устанавливаемых государством. Кроме того, представители государственных органов имеют право контролировать соблюдение норм и правил непосредственно во время выполнения строительных работ и по его окончании.

В соответствии с вышеизложенным анализом элементов внутреннего контроля в строительной отрасли необходимо обращать основное внимание на соответствие выстроенной в строительной организации системы внутреннего контроля действующим нормативным документам, а главное, стремлению к минимизации рисков в хозяйственной деятельности и своевременному выявлению нарушений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Об аудиторской деятельности : Федеральный закон от 30 декабря 2008 г. №307-ФЗ (с изм. и доп.) // Собр. Законодательства РФ. - 2009. - № 1 ст. 15 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
2. Информация Минфина России № ПЗ-11/2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
3. Мальцева Е. В. Построение системы внутреннего контроля с учетом требований Федерального закона «О бухгалтерском учете» // Аудиторские ведомости. - 2014. - № 1 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
4. Рахманова И. И. Налоговый аудит как форма налогового контроля // Современные проблемы глобализации мирового хозяйства и социально-культурного развития человека : материалы докладов итоговой науч.-прак. конф. - Т. II. - Казань : Изд-во Института Экономики и Финансов К(П)ФУ, 2012. - С. 49-52.

Домрачева Эльвира Сергеевна, ассистент, аспирант, ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 420008, Россия, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 18.

*Тел.: (843) 233-71-09
E-mail: kznkzn@mail.ru*

ORGANIZATION OF INTERNAL CONTROL AND CONSTRUCTION ENTERPRISES

Domracheva Elvira Sergeevna, assistant lecturer, postgraduate student, Kazan (Volga) federal university, Russia.

Keywords: *system of internal control, control environment, risks, accounting (financial) reports.*

One of the most important functions of managing the activity of an enterprise is internal control. The correct organization of internal control makes it possible to optimize expenses, discover cheating and prevent misrepresentations in accounting (financial) reports, etc.

These problems have become especially pressing since the norms of art. 19 of the Federal law from December the 6th 2011 № 402-ФЗ "On accounting" (hereinafter "Law № 402-ФЗ") were put into effect. According to this law, "an economic entity must organize and implement

internal control of the performed facts of economic activity". Moreover, the organization the accounting reports of which are subject to compulsory audit must implement internal control of accounting and accounting reports compilation. The organizations subject to compulsory audit include development organizations that build objects on the basis of shared participation contracts according to Federal law from December the 30th 2004 № 214-ФЗ "On the participation in shared construction of apartment houses and other real estate objects and amendments of certain legal acts of the Russian Federation" (hereinafter "Law № 214-ФЗ). Thus, according to subpar. 6 of par. 2, art. 20 of the Law № 214-ФЗ, the developed must provide the interested party with last year's Auditor's report in case of need.

This said, the problems of internal control of both performed facts of economic activity and accounting are becoming especially important for construction enterprises.

ВНЕДРЕНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА

Е. В. ЗЕРНИНА, Ю. А. ЧУРСИНА

*Лысьвенский филиал ФГБОУ ВПО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет»,
г. Лысьва, Пермский край*

Аннотация. Статья предлагает анализ интерактивных методов обучения, используемых в ходе преподавания экономических дисциплин и способствующих эффективному формированию профессиональных компетенций студентов технического вуза.

Ключевые слова: интерактивные методы обучения, компетентностный подход, профессиональная компетенция, высшее образование.

Современное общество предъявляет серьезные требования к качеству подготовки специалистов всех высших учебных заведений, в том числе технических вузов, имеющих определенную специфику материальной базы и профиля подготовки специалистов. Пермский национальный исследовательский политехнический университет придает особое значение «формированию условий и механизмов постоянного обновления и модернизации образовательных программ и технологий обучения, являющихся основой подготовки специалистов современного типа» [1, с. 43], среди которых есть и инженеры, и экономисты, и переводчики. Концепция гуманитаризации образования, разработанная на гуманитарном факультете ПНИПУ под руководством профессора В. Н. Стегния, основывается на том, что «своеобразие подготовки специалистов гуманитарного профиля в техническом вузе обусловлено особенностями технической, инженерной, культурной среды, в которой идет процесс социализации студентов» [2; с. 12]. В этом контексте подготовка специалистов с ориентацией на будущую деятельность в промышленности, использование возможностей кафедры технических дисциплин, а также широкое внедрение современных ин-

терактивных технологий являются особенностями образовательной деятельности преподавателей гуманитарных дисциплин.

Интерактивные образовательные технологии, в основе которых лежат «принципы деятельностной активности, партнерского взаимодействия и единства познавательной, исследовательской и будущей профессиональной деятельности» [3; с. 77–78], активизируют коллективную деятельность студентов, являющихся участниками мини-проектов, деловых игр и проблемных ситуаций, и позволяют «обогащать опыт и добыть через учебную деятельность те компетенции социального взаимодействия, которые затем могут оказаться необходимыми в будущей профессиональной и социальной жизни» [4, с. 135].

Среди ключевых компетенций, связанных с социальными функциями современного производственника, называют профессиональные компетенции, которые способствуют развитию умений анализировать социально-значимые экономические проблемы и процессы общества и отдельного предприятия и прогнозировать их развитие в будущем, такие как:

– способность осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для

решения поставленных экономических задач (ФГОС ВПО по направлению бакалавриата 080100.62 «Экономика»);

– владение знаниями экономических законов, действующих на предприятиях сервиса и фирменного обслуживания, их применение в условиях рыночного хозяйства страны (ФГОС ВПО по направлению бакалавриата 190600.62 «Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов»);

– способность и готовность понимать и анализировать экономические проблемы и общественные процессы, быть активным субъектом экономической деятельности (ФГОС ВПО по направлению бакалавриата 140400 «Электроэнергетика и электротехника») и другие.

Формирование компетенций анализа и интерпретации экономической информации оптимально при создании интерактивной обучающей среды, способствующей познавательной активности обучающегося за счет развития когнитивных и психоэмоциональных качеств [5, 6], помогающей обеспечить нужный уровень индивидуализации обучения, а также контроля над самостоятельной работой студентов.

В соответствии с компетентностным подходом в ходе освоения дисциплины «Экономика предприятия и отрасли» студент должен иметь соответствующий уровень умений практического использования основных методов и приемов анализа финансовых результатов предприятия.

Дисциплинарная часть компетенций, уточняющая требования к результатам освоения дисциплины, предполагает приобретение студентами способности анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности и использовать данные анализа для принятия управленческих решений для повышения эффективности использования имеющихся у предприятия ресурсов.

Исходя из содержания теоретического материала, интерактивные элементы используются с целью проблематизации обучения и обеспечения промежуточного контроля выполнения заданий. Лекционные занятия включают эвристические методы обучения, которые позволяют вывести сту-

дентов на уровень идентификации и применения усвоенной информации на практике. «Ценность этих занятий заключается в том, что студенты самостоятельно добывают новые знания, учатся их применять исходя из имеющегося опыта, при этом задача педагога – подвести к принятию верного логически обоснованного решения. Такие лекционные занятия способствуют формированию личностно обоснованной точки зрения за счет разбора конкретных ситуаций, которые содержат достаточную информацию для ее оценки» [7, с. 438].

Так, например, разбор ситуации эффективного использования ресурсов, который начинается с анализа баланса созданной студентами семьи, осуществляется с использованием эвристических вопросов, что позволяет вывести студентов на несколько взаимосвязанных уровней обучения:

1) уровень идентификации – составление баланса семьи позволяет воспринимать баланс не только как форму бухгалтерской отчетности, но и как источник данных для экономического анализа;

2) уровень репродукции – осмысление значения баланса для экономического анализа помогает понять и выделить особенности изучаемого предмета;

3) уровень применения усвоенной информации на практике – в конце беседы студенты готовы на основе составленного баланса определить финансовое состояние семьи и спрогнозировать ее материальные проблемы или финансовые перспективы;

4) уровень трансформации, позволяющий студенту ориентироваться в новых ситуациях, вырабатывать программу действий на основе оценки эффективности использования ограниченных ресурсов.

Для формирования устойчивого навыка проведения комплексного анализа каждый студент работает с формами бухгалтерской отчетности различных предприятий и рассматривает кроме основных, обсуждаемых на лекциях, разработанные финансовыми и государственными институтами методики проведения анализа хозяйственной деятельности предприятий различных форм собственности. Часть анализа планируется как самостоятельная работа студентов, она предполагает проведение экономического анализа отдельного предприятия или фирмы в рамках инди-

видуальных заданий, тематика которых профессионально ориентирована и способствует развитию познавательного интереса к изучению экономического материала, что приводит к «мотивационной включенности в экономические отношения общества» [8, с. 56].

Для подведения итогов и промежуточного контроля уровня освоения материала рекомендуется проведение круглого стола с элементами мозгового штурма, где студенты делятся выводами, полученными в ходе сравнения изученных методик, и формулируют общие выводы, резюмирующие результаты исследований группы. В ходе подготовки сравнительного анализа и группового обсуждения студенты получают навыки в решении установленных нормативными документами профессиональных задач, таких как поиск информации и анализ данных, необходимых для проведения конкретных экономических расчетов; обработка массивов экономических данных для решения поставленной задачи; интерпретация полученных результатов и обоснование выводов; подготовка информационных обзоров, аналитических отчетов.

Задания итоговой аттестации, как и участие во внеаудиторной научно-исследовательской работе кафедры в рамках исследований предприятий металлургической отрасли, сельского хозяйства и сферы услуг, закрепляют и контролируют навыки дисциплинарной части компетенций, при этом студенты стабильно демонстрируют высокий уровень умений анализировать социально-экономические явления и процессы, прогнозировать их развитие в будущем.

Внедрение интерактивных технологий обучения, формирование профессионально востребованных комплексных умений сбора данных, их анализа и интерпретации являются необходимой частью образовательного процесса в рамках современных требований ФГОС и способствуют достижению поставленной цели – подготовки выпускника, способного интерпретировать изучаемое явление в соответствии с собственными действиями, демонстрировать высокий уровень качества знаний при промежуточной и итоговой аттестации; проявляющего желание и готовность к квалифицированной профессиональной деятельности в рамках современных социально-экономических реалий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ташкинов А. А., Петров В. Ю., Макаревич В. И. Приоритеты и перспективы развития регионального инженерного вуза как национального исследовательского университета // Высшее образование в России. – 2013. – № 11. – С. 42–50.
2. Стегний В. Н. Реализация концепции гуманитаризации инженерного образования – 20 лет // Формирование гуманитарной среды в вузе: инновационные образовательные технологии. Компетентностный подход. – 2014. – Т. 1. – С. 10–15.
3. Бекирова Р. С., Рыков С. П. Интерактивные технологии обучения в контексте компетентностного подхода в образовании // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – 2010. – №1. – С. 77–84.
4. Макаренко О. В. Интерактивные образовательные технологии в вузе // Высшее образование в России. – 2012. – № 10. – С. 134–139.
5. Зимняя И. А. Педагогическая психология : учебник для вузов. – М. : Издательская корпорация «Логос», 2000. – 384 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psychlib.ru/mgppu/zim/zim-001.htm>.
6. Свалов Е. А. Электронный учебник как средство обеспечения продуктивного типа познавательной деятельности учащегося // Известия Уральского федерального университета. – 2010. – Т. 75. – № 2. – С. 62–70.
7. Зернина Е. В., Чурсина Ю. А. О формировании профессиональных компетенций с использованием инновационных образовательных технологий при реализации дисциплин профессионального цикла // Формирование гуманитарной среды в вузе: инновационные образовательные технологии. Компетентностный подход. – 2014. – Т. 1. – С. 436–443.
8. Хаматнурова Е. Н. Экономическая компетентность педагога профессионального обучения: теория, эмпирика, практика : монография. – Пермь : Изд-во Перм. гос. техн. ун-та, 2011. – 232 с.

Зернина Елена Владимировна, доцент кафедры «Гуманитарные и социально-экономические дисциплины», Лысьвенский филиал ФГБОУ ВПО

«Пермский национальный исследовательский политехнический университет»: Россия, 618900, Пермский край, г. Лысьва, ул. Ленина, 2.

Чурсина Юлия Анатольевна, канд. экон. наук, доцент кафедры «Гуманитарные и социально-экономические дисциплины», Лысьвенский филиал

ФГБОУ ВПО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет»: Россия, 618900, Пермский край, г. Лысьва, ул. Ленина, 2.

Тел.: (342) 492-04-92

E-mail: zernina@lf.pstu.ru

INTRODUCTION OF INTERACTIVE EDUCATIONAL TECHNOLOGIES AS THE MEANS OF FORMING THE PROFESSIONAL COMPETENCE OF STUDENTS IN A TECHNICAL UNIVERSITY

Zernina Elena Vladimirovna, Ass. Prof. of “Humanities and social-economic disciplines” department, Lysva branch of Perm national research polytechnical university. Russia.

Chursina Yulia Anatolievna, Cand. of Econ. Sci., Ass. Prof. of “Humanities and social-economic disciplines” department, Lysva branch of Perm national research polytechnical university. Russia.

Keywords: interactive education methods, competence approach, professional competence, higher education.

The article suggests the analysis of interactive methods of education used in the course of teaching economic subjects which aid the effective formation of professional competences of students in a technical university.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, СОЗДАНЫХ НА БАЗЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Я. А. БАЛАГАНИНА, М. С. КУЗЬМИН

*Казанский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет
им. Г. В. Плеханова»,
г. Казань, Республика Татарстан*

Аннотация. В статье рассмотрены особенности развития и функционирования малых инновационных предприятий, а также вид вуза с позиции диаграммы баланса интересов сторон как один из инструментов оценки качества с целью определения удовлетворенности заинтересованных сторон услугами образовательного учреждения, функционирующих в рамках малых инновационных предприятий.

Ключевые слова: малые инновационные предприятия, диаграмма баланса интересов, функционирование малых инновационных предприятий, развитие малых инновационных предприятий.

В середине 2013 г. Центром исследований и статистики науки Министерства образования и науки РФ была проведена деятельность по изучению работы малых инновационных предприятий (МИП). Было выявлено, что 281 вузом учреждено 1962 хозяйственных обществ (МИП), 29 МИПов, создано 21 НИИ, а 63 учреждениями науки РАН зарегистрировано 103 малых инновационных предприятия.

Территориально созданные МИПы функционируют во всех федеральных округах. Лидером по количеству созданных малых инновационных предприятий является Центральный федеральный округ, далее Сибирский федеральный округ, на третьем месте – Приволжский федеральный округ, за ним следуют Уральский и Южный федеральные округа, замыкающие позиции у Северо-Западного и Дальневосточного федерального округов. В ходе исследований Центром названы наиболее инновационно активные города – Москва, Санкт-Петербург, Казань, Томск, Новосибирск.

Среди вузов-лидеров по созданию МИП отмечены Астраханский государственный университет (59 МИПов), Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова (55 МИПов), Национальный исследовательский Томский государственный университет (37 МИПов), Тюменский государственный

университет и Южно-Уральский государственный университет, создавшие по 36 МИПов [5].

На рисунке 1 представлено распределение направлений деятельности российских МИПов, созданных при вузах [1].

По мнению экспертов, неразвитость малых инновационных предприятий в сфере услуг и социальной сфере обусловлена рядом проблем: несовершенство законодательной базы и налоговой политики (деятельность МИПов регулирует в общей сложности более 10 нормативных актов, помимо основного Федерального закона ФЗ № 217 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности»); отсутствие инновационной инфраструктуры в большинстве регионов РФ; проблемы с выбором и оформлением прав на результаты интеллектуальной деятельности; кадровый дефицит; осторожность потенциальных инвесторов.

Работники уже созданных на базе вузов малых инновационных предприятий отмечают, что МИПам необходима государственная поддержка в следующих конкретных формах: создание площадок предпринимательских коммуникаций – бизнес-инкубаторов; созда-

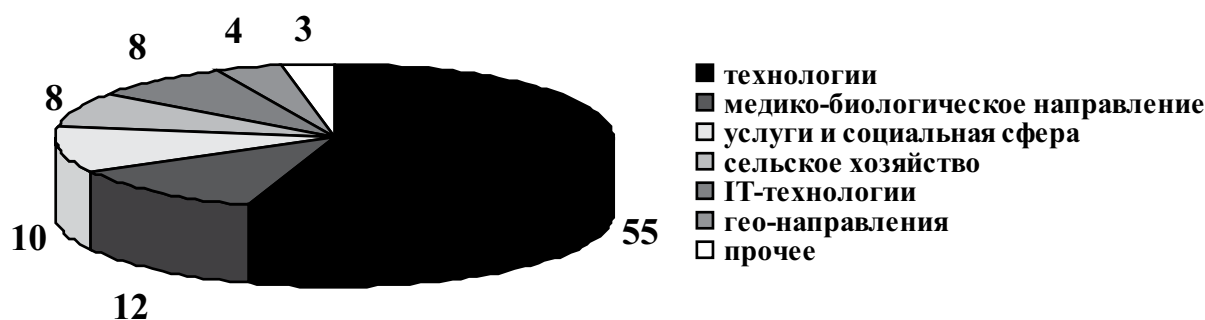


Рисунок 1. Характеристика основных направлений деятельности существующих МИПов (%)

ние инвестиционных институтов; внесение поправок в законодательство, облегчающих деятельность МИП.

Несмотря на острые проблемы, тормозящие развитие малых инновационных предприятий, в России в ближайшие годы планируется создание более 2 тыс. МИПов при НИИ и вузах, которые обеспечат порядка 100 тыс. новых рабочих мест.

Федеральным законом № 217-ФЗ определены 4 группы юридических лиц, с которыми учебные заведения могут взаимодействовать в сфере инноваций и их коммерциализации: промышленность, малый бизнес, административные органы и финансовый капитал.

Аналитики отмечают также возможные преимущества взаимодействия МИПов при вузах и бизнес-структур в реализации совместных инновационных проектов: льготы по субаренде помещений для предприятий; упрощение процесса подачи заявок на участие в различных грантовых конкурсах; возможность льготного пользования современным оборудованием; многие вузы обладают развитой инфраструктурой сопровождения проектов, в том числе в области юридического обеспечения прав интеллектуальной собственности и экспортного контроля; в вузах постоянно генерируются новые идеи и обеспечивается приток кадров для бизнеса, есть возможности организовывать команды молодых специалистов, обеспечивать финансирование их работы в рамках различных грантовых программ и ориентировать на запросы бизнес-сообщества [3].

Одним из важнейших составляющих конкурентоспособности вуза является его позиционирование на рынке образовательных услуг. Позиционирование создает желаемое восприятие вуза на рынке образовательных услуг и обе-

спечивает ему конкурентное преимущество по наиболее сильным характеристикам [2].

Рассмотрим вуз с позиции диаграммы баланса интересов (ДБИ) сторон как один из инструментов оценки качества с целью определения удовлетворенности заинтересованных сторон услугами образовательного учреждения. Заинтересованными сторонам могут быть предприятия, преподаватели, общество, государство в лице государственных органов, родители, школы. Для каждой конкретной организации при построении ДБИ перечень заинтересованных сторон может быть расширен, в зависимости от цели исследования. Не всегда перечень заинтересованных сторон будет одинаковым для организаций. Отличительные особенности определяются специфическими характеристиками организаций, например, в случае университета будет определяться его узнаваемость, количественный состав институтов. Установление перечня заинтересованных сторон для конкретного вуза – это очень важная и достаточно сложная задача. Главным при формировании перечня является наличие, различие, противоречивость, зависимость и совпадение интересов, степень их влияния на деятельность образовательного учреждения [4].

Для государства интерес заключается в том, что образование населения является зеркалом конкурентоспособности самого государства в мировом сообществе. Инвесторами образовательной деятельности могут быть государство, родители и банки, разработавшие программы предоставления кредита на образовании. Партнерами могут быть колледжи, роль которых заключается в обеспечении стратегических интересов вузов как филиалов довузовской подготовки абитуриентов. Заинтересованность студентов как потребителей образовательных

услуг проявляется в получении высокого качества образования, обеспечивающего выпускнику конкурентоспособность на рынке труда и долгосрочные перспективы профессионального роста. Преподаватели заинтересованы в повышении уровня оплаты труда, повышении степени удовлетворенности работой, обеспечении социальных гарантий, росте числа хорошо подготовленных абитуриентов, с высокими баллами ЕГЭ, с профессиональной ориентацией. Преподаватели заинтересованы в профессиональном росте, повышении квалификации, компетенции, хорошем психологическом климате в коллективе, взаимоподдержке; школы – в обеспечении долгосрочных контактов с вузами, надежности сотрудничества, проведении профориентационных мероприятий, совместных конференций. Вузам-конкурентам важно соблюдать правила конкурентной борьбы за абитуриента, развивать современные образовательные технологии, улучшать качественные показатели образовательных услуг. Предприятия необходимы высококвалифицированные специалисты, способные принимать решения, выполнять функциональные обязанности. Общество заинтересовано в достойном социально-экономическом развитии, основу которого составляет образование молодежи и его культурно-воспитательные характеристики.

В заключение отметим, что коммерциализация результатов научных исследований сегодня является, без сомнения, самым важным приоритетным направлением развития современного вуза в России, подтверждением чему может служить зарубежный опыт, когда университеты зарабатывают внедрением исключительно своих разработок и существуют за счет использования внутреннего интеллектуального потенциала.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баклин А. А. Малые инновационные предприятия при вузе: проблемы, решения, перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://9000innovations.ru/files/contests/works/statuya_miry_problemy.pdf.
2. Болотин И. С., Сорокина Н. Д. Проблемы качества образования в условиях инновационной экономики // Социально-гуманитарные знания. – 2009. – № 5. – С. 172–180.
3. Митрофанова И. Вузовские МИПы: мифы и рифы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://maxpark.com/user/1495238644/content/782427>.
4. Рябова С. В. Качество высшего образования как проблема в области подготовки специалистов // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 18. – С. 34–41.
5. Университеты Тамбовской области приступили к созданию малых инновационных предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rsci.ru/innovations/small_innovative_enterprises/233773.php.

Балаганина Янина Александровна, магистр коммерции, ст. преподаватель, Казанский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова»: Россия, 420111 Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 25/22.

Кузьмин Михаил Сергеевич, магистр коммерции, ст. преподаватель, Казанский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова»: Россия, 420111 Республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 25/22.

Тел.: (843) 292-78-25

E-mail: yana.balaganina@mail.ru

SPECIFIC FEATURES OF THE FUNCTIONING OF SMALL-SCALE INNOVATIVE ENTERPRISES CREATED ON THE BASIS OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Balaganina Yanina Aleksandrovna, MA in commerce, senior lecturer, Kazan branch of Russian economics university named after G. V. Plekhanov. Russia.

Kuzmin Mikhail Sergeevich, MA in commerce, senior lecturer, Kazan branch of Russian economics university named after G. V. Plekhanov. Russia.

Keywords: *small-scale innovative enterprise, diagram of the balance of interests, functioning of small-scale innovative enterprises, development of small-scale innovative enterprises.*

The article examines the specific features of the development and functioning of small-scale enterprises, as well as the positioning of an educational institution from the point of the diagram of the balance of interests (DBI) of interested parties as one of the instruments for assessing quality for the purpose of determining the satisfaction of interested parties with the services of an educational institution within the framework of small-scale innovative enterprise.

КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК ВЕДУЩЕЕ СРЕДСТВО В ФОРМИРОВАНИИ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ

Н. Т. БУРГАНОВА

*Набережночелнинский институт (филиал) ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»,
г. Набережные Челны, Республика Татарстан*

Аннотация. В основе решения проблемы развития коммуникативной компетенции личности студента, осмысливаемой в психолого-педагогической науке, лежит идея создания учебного коммуникативного пространства, обеспечивающего комфортную интеграцию в социокультурную среду и актуализирующего коммуникативные возможности личности студента.

Ключевые слова: коммуникативная среда, коммуникативное пространство, коммуникативные компетенции.

Решающую роль в развитии коммуникативной компетенции в рамках профессионального обучения играют общественные и гуманитарные науки, в частности педагогика и психология. Эти дисциплины «погружают» студентов в мировой опыт совместного существования, взаимодействия, взаимоотношений и общения людей друг с другом. Именно это «погружение» (наряду с реальным, желательным позитивным, опытом отношений с преподавателями и наставниками) позволяет активно развивать общение.

В связи с этим значительный интерес представляет проблема возможности создания в вузе коммуникативного пространства, которое, по нашему убеждению, является с одной стороны процессом, с другой стороны – результатом совместной деятельности студентов и преподавателей.

В настоящее время исследование феноменов «пространство» и «среда» рассматривается с различных позиций.

Термин «среда» используется в понятиях «образовательная среда», «развивающаяся образовательная среда», «гуманитарная образовательная среда», «адаптивная образовательная среда». В этом случае понятие «среда» соединяется по значимости с образованием, роль которого в современном обществе неуклонно возрастает.

Методическими основаниями исследования коммуникативной среды стали системный, коммуникационно-диалогический и личностно-ориентированный подходы.

Коммуникация формирует представление о существующих связях общения в обществе. Когда говорят «среда воспитывает», подразумевается, что человек прожил тот спектр социальных отношений, который ему предоставило социальное пространство [6]. Также и в вузе, «среда развивает» студента через спектр коммуникативных отношений, которые предоставило ему коммуникативное пространство. Коммуникативные отношения реализуются через присутствие студента в различных ситуациях общения, при взаимодействии друг с другом в определенных условиях.

Условия среды определяют жизнедеятельность студенческих групп и служат важным фактором регуляции личностных составляющих каждого студента. Процесс взаимодействия личности и среды носит двусторонний характер: с одной стороны, среда через свои структурные элементы воздействует на развитие личности, с другой стороны, личность, вступая в отношения с другими личностями, предметами и явлениями, создает эту среду, придавая ей определенное социальное качество. Степень зависимости личности от среды может быть описана параметрами от-

даленности, контроля, идентификации и персонализации.

Внешние социально-педагогические условия создаются макросредой (обществом) и микросредой (научным центром, кафедрой, группой), а внутренние условия, или психологические, присущи самой личности.

В рамках педагогики имеют место такие понятия, как индивидуальное пространство ученика, профессионально-педагогическое пространство, единое образовательное пространство, современное мировое образовательное пространство, воспитательное пространство, коммуникативное пространство и другие.

Существует несколько определений понятия «пространства»:

Первое, трактующее образовательное пространство как субъект-субъектное взаимодействие и часть образовательной среды, вовлеченной в деятельность людей, содержится в работах И. Г. Шендрик, В. И. Слободчикова, Ю. С. Мануйлова, В. Г. Кудрявцева.

Второе определение отождествляет пространство со средой, где, «образовательная среда выступает как пространство взаимодействия» (С. В. Тарасов), причем субъектно-объектное взаимодействие в системе «человек – среда» рассматривается как саморазвивающаяся синергетическая система, характеризующаяся принципиальной открытостью и необратимостью процессов. При взаимодействии с ними человеческое действие не является чем-то внешним, а напротив, включаясь в систему, видоизменяет каждый раз поле ее возможных состояний [8].

Согласно третьей точке зрения (В. А. Караковский, Л. И. Новикова, Н. Л. Селиванова) [4, 5, 7], пространство рассматривается как специально организованная педагогами совместно с детьми «среда в среде», где среда является частью пространства.

Анализ научных публикаций о воспитательном пространстве позволяет сделать следующие выводы: пространство – это освоенная среда (природная, культурная, социальная, информационная), приспособленная для решения воспитательных задач. Понятия «пространство» и «среда» не идентичны. Если среда – это данность, которая не является результатом конструктивной деятельности человека, то пространство есть результат педагогического освоения этой данности.

Основной характеристикой коммуникативного пространства является его активность. Под активностью понимается способность поддерживать на этой «территории» некоторый, достаточный уровень для всех участников взаимодействия, стимулировать процесс общения, использовать творческий поиск для коммуникативных задач. Активное коммуникативное воспитательное пространство замечательно тем, что обеспечивает каждого студента возможностью взаимодействовать друг с другом.

Развитие коммуникативной компетенции у студента происходит в процессе активного взаимодействия с окружающими. Активное коммуникативное взаимодействие рассматривается специалистами как взаимообуславливающая деятельность, обеспечивающая возможности для личностного и коммуникативного развития субъектов образовательного процесса. Отсюда, коммуникативное пространство можно рассматривать через активность в общении: «реакцию и акцию». «Реакция» предполагает ответ на внешнее воздействие другого человека, отражающее вторичную активность; «акция» – ответ на внешнее воздействие, отражающее первичную активность, основанную на внутренних субъективных механизмах самоуправления. В первом случае активность имеет временной показатель действия, во втором случае – качественный уровень деятельности [1].

Коммуникативное пространство представляет собой совокупность различных видов коммуникации (внешний, внутренний) и межлических отношений (доверительных, негативных), которые устанавливаются между субъектами коммуникативного пространства в процессе их взаимодействия и общения. Все они создают коммуникативное пространство в процессе своего функционирования, но и коммуникативное пространство влияет на каждого из них. Критерием качества коммуникативного пространства является способность обеспечить всем его субъектам систему возможностей для эффективного личностного саморазвития, направленного на развитие коммуникативной компетенции.

Мы считаем, степень успешной учебной деятельности студентов во многом обеспечивается коммуникативной компетенцией, которую можно развивать, совершенствовать, через развитие коммуникативных навыков умений, способностей.

Следовательно, коммуникативное пространство становится фактором гуманизации студенческой жизни и обучения, если является пространством общности, наполненным реальными и значимыми коммуникативными заданиями, играми, дискуссиями, тренингами, где происходит эффективное взаимодействие друг с другом. Коммуникативное пространство не складывается само по себе или приказом сверху – оно рождается внутри педагогической действительности благодаря специально организуемой деятельности. Единое коммуникативное пространство создается тогда, когда внутренние и внешние силы направлены на достижение единых целей. Студент в этом процессе – объект воздействия коммуникативного пространства и субъект его создания и совершенствования. И здесь немаловажную роль играет личный пример педагога, умение его воодушевить, направить студентов и вовремя показать правильную тактику поведения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бодалев А. А. Личность и общение. – М. : Международная педагогическая академия, 1995. – 272 с.
2. Вердербер Р., Вердербер К. Психология общения. – СПб. : Прайм – Еврознак, 2006. – С. 39.

3. Зорин С. М. Организация аудиторного пространства как средство оптимизации учебного процесса // Активизация учебного процесса. – М. : Высшая школа, 1981. – С. 112–116.
4. Караковский В. А. Стать человеком: общечеловеческие ценности. Основа целостного учебно-воспитательного процесса. – М. : Нов. школа, 1993. – 80 с.
5. Новикова Л. И. Воспитание как педагогическая категория // Педагогика. – 2000. – № 6. – С. 28–35.
6. Пидкасистый П. И. Педагогика. – М. : Педагогическое общество России, 1998. – С. 83–84.
7. Селиванова Н. Л. Воспитательное пространство как объект педагогического исследования. – Калуга, 2000.
8. Тарасов С. В., Рубин А. Д. Педагогические факторы здоровья сбережения участников образовательного процесса : статья. – СПб. : ЛОИРО, 2005.

Бурганова Нафиса Тагировна, канд. пед. наук, доцент кафедры «Социальные науки», Набережно-челнинский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»: Россия, 423812, Республика Татарстан, г. Набережные Челны, 68/19.

*Тел.: (855-2) 39-59-72
E-mail: Yfabcf@mail.ru*

COMMUNICATIVE SPACE AS THE LEADING MEANS OF FORMING THE COMMUNICATIVE COMPETENCE OF STUDENTS

Burganova Nafisa Tagirovna, Cand. of Ped. Sci., Ass. Prof. of "Social sciences" department, Naberezhnye Chelny institute (branch of Kazan (Volga) federal university). Russia.

Keywords: *communicative environment, communicative space, communicative competences.*

The solution of the problem of developing the communicative competence of students studies by psychological-pedagogic science is founded on the idea of creating educational communicative space, which provides comfortable integration into socio-cultural environment and actualizes the communicative capabilities of a student's personality.

РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ЧЕРЕЗ КООПЕРАЦИОННЫЙ ХАБ: ПРИМЕР ТОРГОВО- ПРОМЫШЛЕННОЙ ПАЛАТЫ

И. С. КУКАЕВ

*ФБГОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»,
г. Ижевск, Удмуртская Республика*

Аннотация. Раскрываются понятия развития промышленного предприятия и кооперационного хаба. Показано наличие взаимосвязи между размерами кооперационных хабов и уровнем развития промышленных предприятий.

Ключевые слова: кооперация, кооперационный хаб, развитие, Торгово-промышленная палата, промышленные предприятия.

Развитие промышленного предприятия выступает в качестве одной из его целей. К примеру, увеличение производственных мощностей, разработка нового продукта или выход на новые рынки сбыта. Данные стратегии реализуются через кооперативные взаимодействия, которые подразумевают установление партнерских отношений с контрагентами (поставщиками, дистрибьюторами, потребителями, конкурентами, органами государственной власти и научными институтами). Один из способов формирования подобных взаимодействий – это кооперационные хабы как центры сосредоточения возможностей для формирования кооперативных взаимодействий, обладающие свойствами привлечения потенциальных кооперантов.

Торгово-промышленная палата РФ (далее – ТПП) представляет собой пример кооперационного хаба с добровольным порядком вступления в члены. Ее членами являются все вышеперечисленные игроки, включая промышленные предприятия. Такие предложения по развитию ТПП как создание центров коллективного использования производственного оборудования (кооперативные взаимодействия) [1] позволяют рассматривать ТПП как кооперационный хаб.

Из-за проблемы безбилетника и отсутствия возможности возложения наказания за некооперативное поведение подобные объединения обречены на отсутствие большо-

го количества участников. На эту проблему впервые обратил внимание Олсон в своей книге [2]. Согласно Беннетту, снижение транзакционных издержек предприятий-членов ТПП является одним из преимуществ данного института. С одной стороны, ТПП позволяют снижать координационные издержки по получению коллективных благ. С другой стороны, члены ТПП получают возможность снижать организационные издержки для определенных транзакций вследствие частоты, продолжительности, неопределенности, взаимосвязанности между транзакциями [3].

Предлагается определить наличие корреляции между показателями развития предприятий и степенью кооперации в ТПП для определения их роли в развитии промышленных предприятий. Показатель внутреннего регионального продукта, отражающий создаваемую валовую добавленную стоимость – источник инвестиций в промышленных предприятиях, предлагается взять в качестве переменной, определяющей уровень развития предприятий в регионе. Таким образом, генеральная совокупность состоит из 85 единиц по количеству субъектов РФ на 2014 год. Данные получены с сайта Росстата РФ [4]. Показателем, отражающим уровень кооперации в ТПП, предлагается считать количество ее членов. Чем выше их число, тем выше вероятность возникновения кооперационных связей различ-

Таблица 1 – Описательная статистика и соответствие нормальному распределению

Совокупность	Мин.	Макс.	Среднее	Дисперсия	Тест на соответствие нормальному распределению			
					Шапиро – Уилк		Андерсон – Дарлинг	
					W	p-value	A	p-value
Члены ТПП	30	3320	519,7	370 120,5	0,64	$7,495 \cdot 10^{-11}$	5,73	$2,833 \cdot 10^{-14}$
Опыт	13	55	23,8	57,1	0,63	$5,624 \cdot 10^{-11}$	6,66	$2,2 \cdot 10^{-16}$
ВРП (тыс. руб.)	29,616	10577	721,3	$1,948 \cdot 10^9$	0,62	$3,003 \cdot 10^{-11}$	8,97	$2,2 \cdot 10^{-16}$
ПК	33	1362	366,3	82 874	0,37	$1,306 \cdot 10^{-14}$	10,68	$2,2 \cdot 10^{-16}$
Члены региона	30	4483	630,8	635 081,7	0,83	$9,257 \cdot 10^{-07}$	3,00	$1,29 \cdot 10^{-07}$
Комм. ЮЛ	583	1 047 497	55 789,6	$18 \cdot 10^9$	0,29	$1,65 \cdot 10^{-15}$	13,16	$2,2 \cdot 10^{-16}$

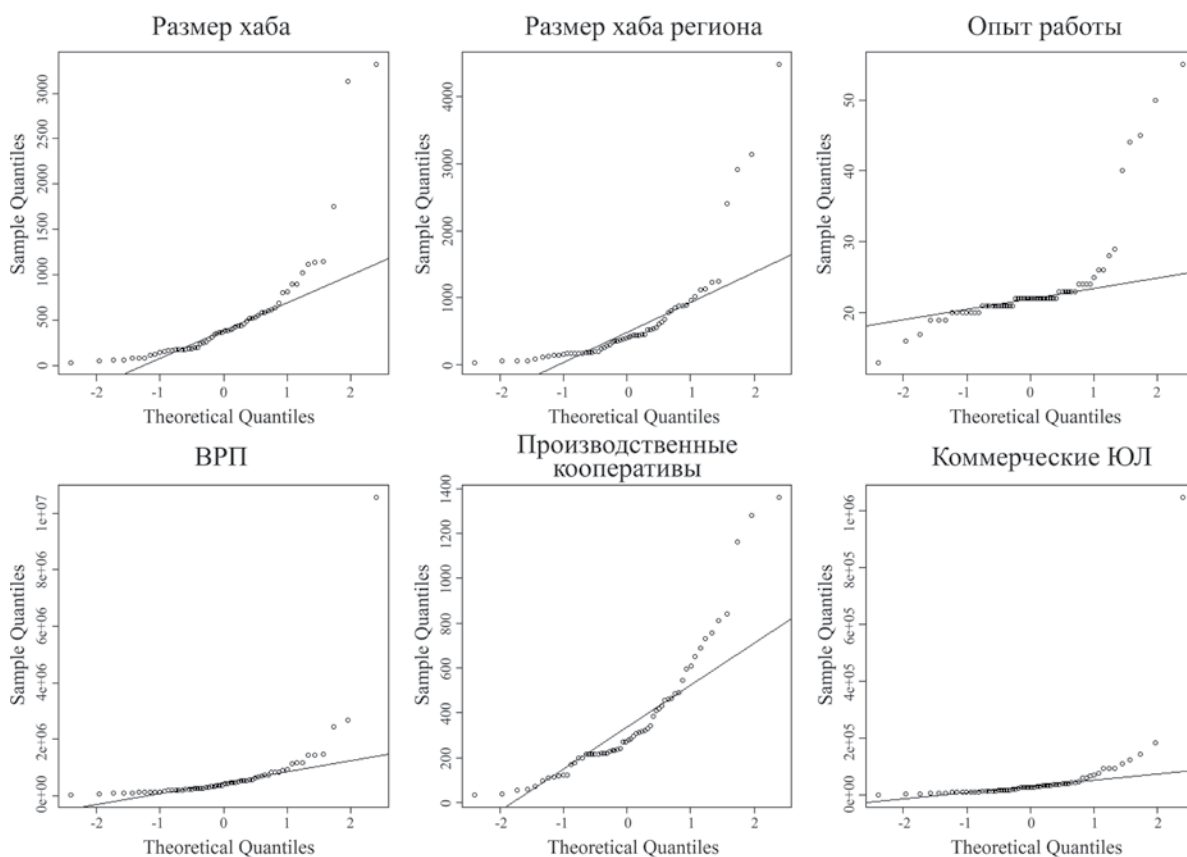


Рисунок 1. Точечная диаграмма квантилей нормального распределения и исследуемых совокупностей

ных видов, описанных выше. Данные о числе членов 60 ТПП получены с сайта ТПП РФ [5], что считается репрезентативной выборкой.

Также предлагается исследовать наличие связи между размерами кооперационных хабов и количеством зарегистрированных производственных кооперативов (далее – ПК). Данные о количестве коммерческих юридических лиц (далее ЮЛ) и ПК в реги-

оне получены из Вестника государственной регистрации РФ [6]. Определение данных связей подразумевает проверку соответствия исследуемых совокупностей нормальному распределению. Для этого рассчитаем критерии Шапиро – Уилка и Андерсона – Дарлинга. Они и описательная статистика исследуемой выборочной совокупности представлены в таблице 1. Расчеты произведены с помощью [7].

Таблица 2 – Коэффициенты корреляции

X	Y	Корреляция	
		Пирсона	Спирмена
Размер хаба	ВРП 2012	0,624	0,419
Размер хабов региона	ВРП 2012	0,574	0,515
Размер хаба	Число комм. ЮЛ	0,651	0,627
Размер хабов региона	Число комм. ЮЛ	0,570	0,689
Размер хаба	ПК	0,445	0,569
Размер хабов региона	ПК	0,618	0,592
Опыт работы	Размер хаба	0,251	0,351
Опыт работы	Размер хабов региона	0,259	0,313

Как видно из таблицы 1, значения вероятностей (p-value) для критериев Шапиро-Уилка и Андерсон-Дарлинга меньше 0,05, что говорит о том, что распределения показателей с достаточно низкой вероятностью соответствуют нормальному распределению. Для уточнения построим точечную диаграмму квантилей (Q-Q plot). Выстроим квантили нормального распределения и квантили исследуемых совокупностей. Данные точечные диаграммы для шести совокупностей построены с помощью [7] и представлены на рисунке 1.

Как видно из рисунка 1, нельзя утверждать, что все совокупности кроме «опыта работы» имеют нормальное распределение из-за больших верхних хвостов. Совокупность показателя «опыт работы» определенно не распределена по нормальному закону.

Следовательно, стоит рассчитывать корреляцию Спирмена для монотонных функций, а к корреляции Пирсона стоит относиться осторожно. Данные коэффициенты представлены в таблице 2.

Значительная и умеренная положительная корреляции между размерами кооперационного хаба и показателями ВРП региона по коэффициентам Пирсона и Спирмена, соответственно, говорят о том, что их уровни развития находится в положительной взаимосвязи. Значительная корреляция между показателями размеров хаба и числом коммерческих ЮЛ для обоих коэффициентов подтверждает репрезентативность нашего подхода. Наблюдается значительная корреляция между размерами хабов региона и количеством ПК. Данный факт говорит о том, что с ростом размеров кооперационного хаба, растет число промышленных предприятий в лице ПК на муниципальном уровне.

Для промышленного предприятия в качестве основных рекомендаций, вытекающих из данного исследования, предлагается считать следующее.

Во-первых, ТПП вносят свой вклад в развитие промышленных предприятий. Во-вторых, наличие ПК как членов ТПП предлагается считать одним из критериев выбора ТПП как инструмента установления кооперативных связей с контрагентами для промышленного предприятия на муниципальном уровне. В-третьих, ПК как промышленным предприятиям стоит обращать внимание на наличие муниципальных ТПП как индикатора потенциала для развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Катырин С. Н. ТПП отвечает на вызовы модернизации // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2011. – № 2. – С. 10–16.
2. Olson M. The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups. – 2nd ed. – Harvard University Press, 1971.
3. Bennett R. J. Can Transaction Cost Economics Explain Voluntary Chambers of Commerce? // Journal of Institutional and Theoretical Economics. – 1996. – Vol. 152. – № 4. – P. 654–680.
4. Сайт Росстата РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts.
5. Сайт Торгово-промышленной палаты РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tpprf.ru>.
6. Вестник государственной регистрации РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vestnik-gosreg.ru>.

7. Core R. Team R.: A Language and Environment for Statistical Computing [Электронный ресурс] // R Foundation for Statistical Computing. – Vienna, Austria, 2013. – Режим доступа: <http://www.R-project.org>.

Кукаев Илья Сергеевич, аспирант, ФБГОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»: Россия, 426034, Удмуртская Республика, г. Ижевск, ул. Университетская, 1.

Тел.: (919) 916-57-75

E-mail: ikukaev4phd@gmail.com

**DEVELOPMENT OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE THROUGH COOPERATION HUB:
EXAMPLE OF CHAMBER OF INDUSTRY AND COMMERCE**

Kukaev Ilya Sergeevich, postgraduate student, Urmudt State university. Russia.

Keywords: cooperation, cooperation hub, development, Chamber of industry and commerce, industrial enterprises.

The work uncovers the concepts of industrial enterprise development and cooperation hub. It demonstrates the presence of interconnection between the sizes of cooperation hubs and the level of development of industrial enterprises.

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

Автор подготавливает текст статьи в электронном виде в соответствии с правилами оформления и сдает непосредственно в редакцию либо присылает по почте. Поступившие в редакцию материалы проходят экспертную оценку ведущими учеными России и зарубежных стран. О решении редакционной коллегии о возможности опубликования статьи и сроках ее публикации редакция уведомляет автора в течение пяти рабочих дней с момента принятия решения. Редакция оставляет за собой право при необходимости сокращать принятые материалы, подвергать их редакционной правке и отправлять авторам на доработку. Статьи, направленные авторам для исправления, должны быть возвращены в редакцию с внесенными исправлениями не позднее чем через месяц после получения.

Ставя свою подпись под статьей с фразой «статья публикуется впервые», автор тем самым передает права на издание и гарантирует, что она является оригинальной и не была опубликована полностью или частично в других изданиях.

Объем рукописи не должен превышать 20 тыс. знаков, а заголовок статьи – 70 знаков. На первой странице рукописи статьи указывается УДК, название статьи прописными буквами жирным шрифтом. Следующая строка, набранная курсивом, – фамилия и инициалы автора (авторов). Далее строка о местонахождении: полное название организации и города, если они расположены в России и странах СНГ; при местонахождении в дальнем зарубежье указывается организация, город и страна. В начале статьи помещается аннотация и 5–7 ключевых слов. К статье прилагаются следующие сведения каждого автора: фамилия, имя, отчество, место работы, должность, ученая степень, почетное и ученое звание, контактный телефон, почтовый и электронный адреса.

Статьи, присылаемые для публикации, должны соответствовать следующим требованиям: шрифт – Times New Roman; размер шрифта – 14 пт; междустрочный интервал – 1,5; формат – А4 книжный (297 × 210); формат файла – статья должна быть сохранена в формате doc (MS Word 1997–2003).

Представление формул в виде картинок недопустимо! Простые формулы допускается набирать обычным текстом. Специальные символы, такие как греческие буквы, знаки умножения, \leq , \geq , \approx , \neq , \equiv , ∞ , \cap , \sum , можно вставить, используя команду «Вставка» → «Символ». Более сложные формулы должны быть набраны в редакторе формул MathType 5. x или Microsoft Equation 3. 0 (входит в состав MS Word).

Используемые в статье рисунки должны быть присланы в виде отдельных графических файлов. Пожалуйста, не внедряйте рисунки в текст документа, от этого их качество ухудшается. Рисунки должны быть пронумерованы согласно их положению в статье. Допустимые форматы растровые – JPG, BMP, TIFF, PNG, GIF, векторные – EPS, CDR, CDX, WMF, EMF. Разрешение растровых иллюстраций должно быть не менее 300 dpi.

Таблица должна быть набрана тем же шрифтом, что и текст. В столбцах необходимо выровнять содержание. Столбец «№ п/п» со всеми строками выравнивается по центру, остальные столбцы – по центру или по левому краю (в зависимости от содержания).

Диаграммы Microsoft Excel, внедренные в статью, должны быть редактируемыми.

Пристатейный список литературы должен оформляться в соответствии с ГОСТ 7. 0. 5-2008. В тексте ссылки на литературу оформляются в виде номера в квадратных скобках на каждый источник (с указанием страничного интервала).



Перепечатка материалов журнала «Научное обозрение» и использование их в любой форме, в том числе электронной, без предварительного письменного разрешения не допускается.

Сдано в набор 23.09.2014. Подписано в печать 30.09.2014.
Формат 60x84 $\frac{1}{8}$. Бумага офсетная. Офсетная печать. Усл. печ. л. 37,32.
Заказ 09.04/14. Тираж 1090 экз. Цена свободная.

Оригинал-макет подготовлен в компьютерном
центре издательства, г. Москва

Отпечатано в ООО «Буква»
410004, г. Саратов, ул. Чернышевского, 50