



обеспечения качества работа городского общественного транспорта является для городов с населением более 500 тысяч человек по ряду причин: высокая концентрация населения и увеличение его подвижности; незначительное развитие улично-дорожной сети в сравнении с ростом автомобилизации; ухудшение экологической ситуации, немалую роль в котором играет общественный транспорт. Все это приводит к снижению скорости движения общественного транспорта, частым нарушениям графиков движения, повышению аварийности с участием общественного транспорта, а в конечном итоге – снижению удовлетворенности пассажиров качеством работы общественного транспорта.

Таким образом, сегодня актуальным становится повышение качества работы городского общественного транспорта и не менее важным является проблема его определения.

На сегодняшний день существуют множество научных разработок для оценки качества работы общественного транспорта, наиболее известными из которых являются работы А.М. Большакова, Г.А. Варелопуло, Е.А. Сидорова, И.В. Спирина, А.Д. Рубец и др.

Помимо теоретических разработок, разработан и используется на практике ГОСТ Р 51004-96 «Услуги транспортные. Пассажирские перевозки. Номенклатура показателей качества». В соответствии с ГОСТ применительно к городскому общественному транспорту выделяются следующие группы показателей [1]:

1. Информационного обслуживания (P1).
2. Комфортности (P2).
3. Скорости (P3).
4. Своевременности (P4).
5. Безопасности (P5).

Используя введенные условные обозначения, функцию комплексного интегрального показателя качества работы общественного транспорта в общем виде можно выразить следующим образом:

$$P = F(k_1P_1, k_2P_2, k_3P_3, k_4P_4, k_5P_5) \quad (1)$$

где  $k_i$  – весовой коэффициент соответствующей группы показателей качества работы общественного транспорта.

При определении значений групповых показателей и самого интегрального показателя возможно применение функции желательности Харрингтона (E.C. Harrington) [2], позволяющей разноразмерные показатели привести к единому значению.

Определение весовых коэффициентов, учитывая, что каждый потребитель услуг общественного транспорта обладает своими предпочтениями, авторами предлагается устанавливать на основе панельных маркетинговых исследований, позволяющих в динамике отслеживать изменение комплексного интегрального показателя.

#### Список литературы

1. ГОСТ Р 51004-96 «Услуги транспортные. Пассажирские перевозки. Номенклатура показателей качества».
2. Harrington E.C. The desirability function. Industrial Quality Control. – 1965. – Vol. 21 (10).

## **СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ АНАЛИЗА И ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОРОДА**

Исследование проведено при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда и Правительства Республики Татарстан в рамках гранта на тему: «Исследование инвестиционной привлекательности региона в контексте повышения его экономической безопасности»  
(№ проекта 14-12-16002/15)

**В.Л. Васильев**

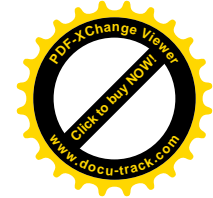
**О.Н. Устюжина**

**С.А. Седов**

*Елабужский институт КФУ, г. Елабуга*

**Аннотация:** В статье рассмотрены основные понятия экономической безопасности города. Представлены системы показателей экономической безопасности по уровням социально-экономической системы. Предложена авторская модель институтов экономической безопасности. Исследование проведено при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда и Правительства Республики Татарстан по региональному конкурсу «Волжские земли в истории и культуре России» (№ заявки 14-12-16002/15, название гранта «Исследование инвестиционной привлекательности региона в контексте повышения его экономической безопасности»).

**Ключевые слова:** экономика, безопасность, институты, показатели, факторы, инновации.



## MODERN TRENDS ANALYSIS AND IMPROVEMENT OF ECONOMIC SECURITY CITY

V.L. Vasiliev,  
O.N. Ustyuzhina,  
S.A. Sedov

**Abstract:** The article discusses the basic concepts of economic security city. The system of indicators of economic security in terms of socio-economic system. The author's model of the institute of economic security. The study was conducted with the financial support of the Russian Humanitarian Foundation and the Government of the Republic of Tatarstan on the regional competition "Volga lands in the history and culture of Russia» (№ 14-12-16002/15 application, the name of the grant "Study investment attractiveness of the region in the context of increasing its economic security").

**Keywords:** economy, security, institutions, indicators, factors, innovation.

В настоящее время возрастает актуальность исследования экономической безопасности города как основополагающего объекта экономической деятельности населения в современных условиях. Экономическая безопасность города в последнее время во многом определяется эффективностью развития инновационных процессов, кластеров и новых точек роста как в производственных секторах, так и в сфере услуг. Специфика существующего этапа развития мировой экономики состоит в том, что новые знания практически сразу становятся доступными для каждого человека. Более того, от того, насколько динамично и глубоко будут обмениваться знаниями экономические субъекты, будет зависеть и эффективность любой по масштабу экономической системы. Новые информационные технологии многократно ускоряют процессы обмена знаниями и, как следствие, позволяют обеспечить лидирующую роль инновационных процессов в деятельности современных предприятий. Важную роль играет квалификация современного персонала, его способность пользоваться современными информационными технологиями, с одной стороны, и государственная политика по обеспечению эффективной конкурентной информационной среды, позволяющей сотрудничать и обмениваться знаниями и опытом.

Данные задачи наиболее полно и с минимальными издержками решаются в рамках кластерного подхода к организации экономической системы, где обеспечиваются все этапы инновационного процесса от генерации идей до их массового материального производства и сбыта, включая решение социальных и коммуникативных вопросов. Наиболее популярными примерами могут служить индийский город Бангалор, где создан кластер по информационным технологиям, и американская «Силиконовая долина», являющаяся центром коммерциализации прорывных инноваций в сфере высоких технологий.

В основе теории инновационного пути развития экономики лежит понятие «инновация» (нововведение), расширяющееся как внесение в разнообразие виды человеческой деятельности новых элементов (видов, способов), повышающих результативность этой деятельности. Как следует из мирового опыта, инновационная деятельность выступает одним из основных инструментов роста конкурентоспособности экономики.

К.Р. Макконнелл и С.Л. Брю используют понятия инновация и нововведение как синонимы, подразумевая под ними запуск в производство нового продукта, внедрение нового производственного метода или применение новой формы организации бизнеса [2, с. 39].

Ф. Котлер определяет инновацию как идею, товар или технологию, запущенные в массовое производство и представленные на рынке, которые потребитель воспринимает как совершенно новые или обладающие некоторыми уникальными свойствами [1, с. 24].

Б. Твисс определяет инновацию как процесс, в котором изобретение или идея приобретает экономическое содержание. Никсон Ф. считает, что инновация – это совокупность технических, производственных и коммерческих мероприятий, приводящих к появлению на рынке новых и улучшенных промышленных процессов и оборудования [4, с. 21].

В работах Ю.В. Яковца инновации рассматривались как неперенная часть научно-технических и экономических циклов (среднесрочных, долгосрочных, сверхдолгосрочных), основа выхода из кризиса, исследовалась взаимосвязь научных, технических, инновационных, экономических, образовательных, организационно-управленческих циклов и их инновационных фаз [5, с. 9].

По нашему мнению, инновация – это процесс, общезкономическая закономерность, двигатель и побудительный мотив прогресса общества во всей его многогранности. По сути своей инновация преследует повышение результативности, и главная проблема состоит не только в поиске новой идеи и материального обеспечения ее реализации, а в создании такой информационно-коммуникационной среды, которая позволит участникам инновационного процесса эффективно взаимодействовать в условиях внешней и внутренней неопределенности.

Таким образом, разработка и внедрение новых технологий – сложная задача, требующая привлечения не только ученых, но и предпринимателей, и государства. Лишь на уровне использования новая идея становится инновацией. Помимо этого, в современных условиях результаты фундаментальных исследований, важнейших прикладных исследований и разработок служат не только основой экономического роста государства, но и определяют уровень конкурентоспособности государств



в мировом сообществе, степень обеспечения их национальной безопасности и равноправной интеграции в мировую экономику и его устойчивого развития.

Особое внимание должно быть уделено условиям, при которых возможен рост экономики на основе инноваций, а также факторам, способствующим активности инновационных процессов. Развитые страны поняли, что в нынешний век основой прогресса экономики становятся не просто нововведения, но фундаментальная наука как одна из стратегических составляющих развития всего общества на всех уровнях и способность коммерциализировать результаты научных разработок. Проблема российской экономики в том, что не соблюдаются пропорции развития факторов инновационного развития и научной составляющей уделяется не достаточно должное внимание. При этом вопросы развития и поддержки научных исследований должны решаться в стратегической плоскости на перспективу 15-20 лет. Все успехи инновационных систем зарубежных стран были потенциально заложены за много лет до этого. Российская экономика, получившая стимул роста благодаря краткосрочным благоприятным показателям мировой конъюнктуры, в момент финансового кризиса оказалась без внутренних источников развития как науки, так и производства. Обеспечить инновационный прорыв невозможно при разнице финансирования фундаментальной науки в России и за рубежом в десятки раз.

Существует целый ряд условий, при которых возможен рост экономики на основе инноваций. Анализируя многочисленные точки зрения экономистов, можно выделить следующие условия инновационного роста экономики:

- избыток квалифицированных кадров;
- постоянные расходы на образование;
- наличие частного капитала, готового инвестировать в инновации (венчур);
- внутренний спрос;
- международные связи;
- открытость экономики;
- развитость кластеров и создание конкурентных преимуществ.

Кластер (англ. cluster) – объединение нескольких однородных элементов, которое может рассматриваться как самостоятельная единица, обладающая определёнными свойствами. Основа кластера – подсистемы, ключевой из которых является инновационная, решающая задачу получения и обоснования конкурентных преимуществ. Однако без эффективного информационно-коммуникационного механизма связи как между подсистемами, так и кластером и внешней средой в целом стабильного функционирования и тем более высокой конкурентоспособности достичь будет практически не возможно.

Кластеры включают фирмы и организации, связанные выпуском конечной продукции и географическим положением. Такую географическую близость рассматривают как место накопления «критической массы» человеческого капитала, научного, инновационного и производственного потенциалов. Кластеризация означает необходимость нахождения способов и обоснования эффективных вариантов вертикальной и горизонтальной интеграции взаимосвязанных производств, операций и продуктов в рамках регионального комплекса.

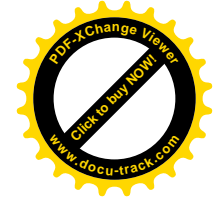
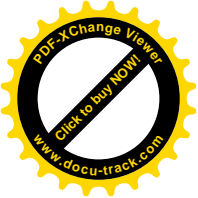
Основоположником кластерного подхода к повышению региональной конкурентоспособности является Майкл Портер. М. Он разработал систему, описывающую создание и поддержание конкурентного преимущества страны в определенной отрасли или группе отраслей - кластере. Ученый дает следующее определение отрасли: «группа конкурентов, производящих товары или услуги и непосредственно соперничающих между собой» [3, с. 45]. Кластер, по определению М. Портера, представляет собой группу отраслей, взаимосвязанных между собой, в основе которой лежит классификационная система, ориентированная на конечное потребление.

В современных условиях глобализации мировой экономики усиливается конкуренция между отдельными компаниями, регионами и странами. Однако, как показывает мировая практика, самостоятельное и изолированное использование отдельным предприятием отраслевых и региональных конкурентных преимуществ для завоевания рынков товаров и капиталов представляется невозможным. Поэтому участники рынка стремятся к кооперации между собой и сотрудничеству с государством, наукой и общественностью. Такое объединение различных по функциям и подчиненности структур, естественно или искусственно сформированное, позволяет добиться высокой конкурентоспособности на основе совместного внедрения инноваций, повышения производительности труда и получения синергического эффекта в рамках экономического кластера.

Как известно, несмотря на длительный период положительной динамики, многие серьезные экономические проблемы российской экономики остались нерешенными. Это прежде всего проблемы модернизации, капитальных вложений, качества трудовых ресурсов и т.д. С развитием финансового кризиса данные проблемы стали представлять уже реальную угрозу экономической безопасности страны.

По оценкам исследователей, инвестиционную активность предприятий и выход на создание кластеров в предшествующие годы сдерживали следующие неблагоприятные факторы:

- недостаток финансовых средств;



- ухудшение материальной обеспеченности фундаментальной науки;
- высокая стоимость оборудования и строительных работ;
- высокий процент по банковскому кредиту;
- необходимость погашения задолженностей.

Таким образом, для улучшения инвестиционного климата и перспектив развития кластеров, по мнению экспертов, необходимо сконцентрировать деятельность органов власти на таких направлениях, как:

- развитие фундаментальной науки и инновационной инфраструктуры;
- государственная финансовая поддержка инвестиционных проектов;
- формирование стабильной нормативно-правовой базы;
- внедрение системы страхования и защиты инвестиций;
- развитие инвестиционного сотрудничества с финансовыми институтами;
- развитие системы информационного обслуживания и маркетинга инвестиционных программ.

Эффект полученный от применения кластерного подхода может быть выражен в следующем:

- повышение конкурентоспособности;
- освоение новых видов продукции;
- рост объема продаж продукции на внутреннем и внешнем рынке;
- увеличение прибыли и среднемесячной заработной платы.

Для ускорения процессов кластеризации исходя из мирового опыта необходимо предпринять следующие действия:

- укрупнение предприятий;
- развитие холдингов или концернов;
- взаимодействие предприятий малого и среднего бизнеса;
- создание равных условий и возможностей для экономических субъектов;
- усиление роли и повышение статуса ассоциаций и общественных организаций.

Задачами для каждого города в рамках реализации кластерного подхода служат следующие:

- разработка методики оценки конкурентоспособности региона;
- разработка методики оценки развития кластеров региона;
- выявление кластеров на территории области;
- разработка механизма поддержки кластеров.

Проблемы кластеризации как западный подход к повышению эффективности территориальной экономики должны решаться на основе советского опыта, в частности, теории ТПК, теории энергопроизводственного цикла, теории оптимальных межотраслевых взаимодействий. Принимая во внимание кризисное состояние мировой экономики, для реализации кластерной политики возможно использовать следующие подходы:

1. Либеральный на основе рыночных механизмов и косвенной государственной политики, заключающейся в основном в регулировании макроэкономических показателей национального хозяйства и создании благоприятной институциональной среды. При этом государство не должно уходить из тех сфер, где оно не может быть в принципе заменено рынком, например, сферы фундаментальной науки.

2. Дирижистский на основе прямого участия государства в создании приоритетных кластеров, финансировании развития инновационной инфраструктуры и государственных венчурных фондов.

3. Смешанный на основе интеграции двух предыдущих подходов, лучших практиках частно-государственного партнерства и диалоге бизнеса и власти.

Необходим общественный диалог между государством, бизнесом и населением. Это позволит обеспечить лиц, принимающих решения, достоверной информацией о процессах, происходящих в экономике, оценить результативность принимаемых решений и реализуемых мер, а также сформировать эффективную коммуникационную политику, снижающую социальную напряженность.

Для реализации проекта кластерного развития города необходимо провести анализ всех интересов его жителей и организаций на основе долгосрочной стратегии развития. Одним из инструментов такого анализа, выбора приоритетов развития и их реализации является маркетинг города. Данное понятие еще не имеет четкого, устойчивого определения и может пониматься в простейшем случае как продвижение интересов города. Маркетинг города позволяет выстроить информационно-коммуникационные связи в кластере и во внешней среде, подчиненные задачам инновационного процесса и позволяющие снизить инновационный риск, обеспечить сбыт инновационного продукта, привлечь венчурный капитал, обеспечить государственную поддержку, сформировать необходимый субъектный состав кластера.

В нашем исследовании необходимо рассмотреть общее взаимодействие процесса кластеризации территории и проведение маркетинга города для обеспечения эффективности этого процесса. Сам по себе маркетинг города не может создать материального богатства, которое создается на основе использования традиционных факторов производства, реализованных в кластере: земли, труда, капитала, знаний и предпринимательских способностей. По нашему мнению, разработка маркетинговой концепции развития города без привязки к производственному потенциалу является фиктивной. Конечно, при



наличии привлекательной ниши (туризм, уникальные достопримечательности, экологически чистые условия проживания, развитый финансовый и деловой имидж) отдельные города могут заниматься маркетингом без акцента на материальное производство. Однако не стоит забывать, что в условиях отсутствия источников создания богатства в стране маркетинг города не позволит привлечь достаточных ресурсов для развития экономики, тем более для развития ее инновационной составляющей.

Совмещение концепции маркетинга города и кластерного подхода может происходить на основе выбора общей целевой группы: инвесторов, туристов, потенциальных жителей, сторонних групп влияния. Если понимать под основной целью кластера получение прибыли и повышение благосостояния населения путем организации конкурентоспособного производства и социальных условий проживания, обучения и работы, то маркетинг города призван содействовать решению производственных, инвестиционных, культурных, социальных и политических задач функционирования кластера.

Маркетинг города как инструмент привлечения и удержания лучших жителей и квалифицированного персонала способен также решить проблему кадрового обеспечения инновационной подсистемы кластера. В современных условиях быстрых инновационных перемен маркетинговая деятельность также должна быть настроена на адекватное совершенствование имиджа города, поддержку тех интересов, которые смогут обеспечить конкурентоспособное развитие кластера.

В условиях увеличения информационных потоков маркетинг города как инструмент управления информацией позволяет повысить эффективность использования труда и капитала. Более того, он позволяет объединить местное сообщество для достижения единой цели, а соответственно возникает определенный социальный капитал, который редко может быть измерен материально, но обеспечивает высокую стоимость имиджа создаваемого кластера. В этой связи, как и управленческая деятельность в целом, маркетинг города отличается от материального производства своим механизмом капитализации, которая может являться достоянием всех участников кластера в отличие от материальных благ, права собственности на которые могут находиться только у конкретного экономического субъекта. В этой связи научная деятельность и творчество составляют сущностную характеристику и маркетинга города и современного производства в рамках создаваемого кластера. Маркетинг города должен обеспечивать привлечение инвестиций для развития науки и производства творческим и уникальным способом, позволяющим выделить город и сделать его популярным для привлечения информационных и финансовых потоков.

Задачей каждого кластера, наряду с обеспечением инновационного высоко прибыльного производства, является обеспечение ресурсной базы для реализации эффективной маркетинговой стратегии, которая позволит пополнять ресурсы кластера для выполнения его основных задач. Информационно-коммуникационная система маркетинга города должна способствовать решению вышеописанных задач. Реализация государственной политики в области поддержки фундаментальной науки и отечественного производства также важна для успешного развития кластеров в России.

### Список литературы

1. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. – М.; СПб., 2000. – С. 24.
2. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономика: принципы, проблемы и политика: В 2 т. – М., 1997. – Т. 2. – С. 39.
3. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. – М.: Альпина Бизнес Бокс, 2005. – С. 45.
4. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями. – М.: Экономика, 1989. – С. 21.
5. Яковец Ю.В. Эпохальные инновации 21 века. – М., 2004. – С. 9.

## РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ГОРОДА

### (НА ПРИМЕРЕ Г. НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ)

Л.В. Габдуллин

*Елабужский институт КФУ, г. Елабуга*

**Аннотация:** В статье представлен анализ развития городов с точки зрения логистической инфраструктуры. Рассматриваются возможности гармоничного развития площадей дорог, зеленых насаждений и стояночных (парковочных) мест на примере г. Набережные Челны.

**Ключевые слова:** видение, коэффициент «мегаполиса», площадь дорог.

## THE DEVELOPMENT OF LOGISTICS INFRASTRUCTURE OF THE CITY (FOR

### EXAMPLE NABEREZHNYE CHELNY)

L.V. Gabdullin

**Abstract:** The article presents the analysis of the development of cities from the point of view of