



ВЕСТНИК РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ ЕСТЕСТВЕННЫХ НАУК

*Основные направления информатизации
вертикально интегрированных
нефтяных компаний*

*Подходы к оценке энергоэффективности
промышленности регионов*

*Эффективность управления
в условиях конкуренции*

*Организационный и экономический
механизмы управления социально-
экономическим развитием региона*

*Эффективность механизма
государственного регулирования рынка
социально значимых услуг*



ВЕСТНИК РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ ЕСТЕСТВЕННЫХ НАУК

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ
ОБРАЗОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ НАУКИ

Главный редактор

В. С. Новиков, вице-президент РАЕН,
лауреат Государственной премии РФ,
Заслуженный деятель науки РФ, д.э.н., д.м.н., профессор

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Р. Н. Авербух, зам. главного редактора, академик РАЕН, д.э.н., профессор;
Г. Л. Багиев, Заслуженный деятель науки РФ, д.э.н., профессор;
С. А. Виноградов, академик РАЕН, д.т.н., профессор;
А. А. Горбунов, академик РАЕН, д.э.н., профессор;
А. Д. Евменов, академик РАЕН, Заслуженный деятель науки РФ, д.э.н., профессор;
А. Е. Карлик, Заслуженный деятель науки РФ, д.э.н., профессор;
В. Р. Ковалев, академик РАЕН, д.э.н., профессор;
А. Н. Ларионов, д.э.н., профессор;
Г. И. Лукин, член-корреспондент РАО, д.э.н., профессор;
В. И. Сигов, академик РАЕН, д.с.н., профессор;
В. И. Терентьев, академик РАЕН, д.т.н., профессор
Ученый секретарь В. В. Андронатий
Секретарь И. О. Гаврилова

Подписной индекс в каталоге «Роспечать» 80520

**ЖУРНАЛ ВХОДИТ В ПЕРЕЧЕНЬ ВЕДУЩИХ НАУЧНЫХ ЖУРНАЛОВ
И ИЗДАНИЙ, РЕКОМЕНДОВАННЫХ ВАК РФ ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ
РЕЗУЛЬТАТОВ ДОКТОРСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ. СЕРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ**

ISSN 1683-6200

© Санкт-Петербургское отд. образо-
вания и развития науки РАЕН, 2010

© Издательство Государственного института экономики,
финансов, права и технологий»

ЛП № 000123 от 01.04.99

188300, Ленинградская обл., г. Гатчина, ул. Рошинская, д. 5
8(81371)41-207, e-mail: mail@gief.ru

Типография ООО «Элби-СПб.»

ИД № 01520 от 14.04.00

195197, СПб., Лабораторный пр., д. 23

322-92-57, e-mail: an@elbi.spb.su

Издание зарегистрировано Федеральным государственным учреждением – Северо-Западным окружным
территориальным межрегиональным управлением МПТР РФ: ПИ № 2-5252 от 01.06.2001

Адрес редакции: 188300 Ленинградская обл., г. Гатчина, ул. Рошинская, д. 5, тел./факс 8(81371) 412-97, 41-207,
e-mail: rioloief@rambler.ru

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Председатель – О.Л. Кузнецов, президент РАЕН, лауреат Государственной премии СССР и Правительства РФ, Заслуженный деятель науки РФ, д.ф.-м.н., профессор (Москва)

Г.А. Бордовский, ректор Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, академик РАО и РАЕН, д.ф.-м.н., профессор (Санкт-Петербург)

Е.Я. Бутко, заместитель руководителя Федерального агентства по образованию Министерства образования и науки РФ, лауреат премии Президента РФ в области образования, академик РАЕН, д.э.н., профессор (Москва)

Ю.С. Васильев, президент Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, академик РАН и РАЕН, д.т.н., профессор (Санкт-Петербург)

Л.А. Вербицкая, президент Санкт-Петербургского государственного университета, академик РАО и РАЕН, д.филол.н., профессор (Санкт-Петербург)

И.А. Максимцев, ректор Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов, академик РАЕН, д.э.н., профессор (Санкт-Петербург)

В.К. Сенчагов, руководитель Центра финансово-банковских исследований Института экономики РАН, академик РАЕН, д.э.н., профессор (Санкт-Петербург)

М.П. Федоров, ректор Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, член-корреспондент РАН, д.т.н., профессор (Санкт-Петербург)

СОДЕРЖАНИЕ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

<i>Р.Н. Авербух, О.А. Уткин.</i> Роль системы образования в развитии информационного общества: мировой опыт, кризис, перспективы	5
<i>С.А. Михайлов.</i> Подходы к оценке энергоэффективности промышленности регионов	9
<i>В.В. Пучков.</i> Методологические основы интеграции инвестиционного и структурного развития регионов	11

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

<i>Е.Н. Бабинов.</i> Стратегия развития кадрового потенциала крупной компании в условиях ее технологической модернизации	15
<i>А.А. Бейсенбаев.</i> Организационный и экономический механизмы управления социально-экономическим развитием региона	18
<i>В.В. Гимаров, М.М. Храименов.</i> Прогнозирование экономических процессов в условиях неполной информации	21
<i>М.И. Дли, В.А. Долгов.</i> Основные направления информатизации вертикально интегрированных нефтяных компаний	23
<i>В.А. Драбенко.</i> Эффективность управления в условиях конкуренции	26
<i>В.Ф. Егоров, М.Б. Яненко.</i> Стратегия инновационного развития в торговом предпринимательстве	32
<i>И.А. Жилкин.</i> Агентно-ориентированный алгоритм оптимизации структуры распределения железобетонных изделий	35
<i>А.Е. Карвонен.</i> Информационное обеспечение государственного регулирования мелкотоварного сектора в АПК России	39
<i>М.В. Козлова.</i> Особенности и анализ социально-экономического развития Северо-Западного федерального округа	42
<i>М.В. Салина.</i> Организационные инновации коммерческих банков на примере брокерской деятельности	46

ЭКОНОМИКА СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

<i>Е.А. Аксютик.</i> Стратегия конкурентной политики в социальной сфере	49
<i>Л.А. Бейнарович.</i> Повышение конкурентоспособности хозяйствующих субъектов сферы кинопродюсирования	53
<i>И.В. Белова.</i> Особенности применения планово-расчетных обоснований на предприятиях сферы услуг	57
<i>Н.Н. Константинова, Т.П. Стасюк.</i> Развитие региональной социальной инфраструктуры в рамках социальной защиты населения	60
<i>Е.В. Коротаев.</i> Эффективность механизма государственного регулирования рынка социально значимых услуг	64
<i>И.В. Кугаро, Т.Б. Очирова, С.Н. Сапелко.</i> Проблемы подготовительного этапа стратегического планирования развития электронной коммерции в гостиничной индустрии	66
<i>А.Р. Кучумов.</i> Состояние и стратегии развития туризма в Санкт-Петербурге и Ленинградской области	69
<i>Е.А. Лубашев.</i> Проблема разработки критериев оптимизации управления устойчивостью социально-экономического развития региона	72
<i>Л.С. Лычкина.</i> Факторы, влияющие на специфику и инвестиционную привлекательность жилищного и коммунального комплексов Севера Европейской части России	77
<i>Е.В. Печерица.</i> Ценовая политика гостиничных предприятий в условиях конкуренции	82
<i>Е.М. Романова.</i> Анализ факторов, влияющих на посещаемость театров	86
<i>Е.С. Шлёнская.</i> Аутсорсинг содействия стратегическому планированию отраслей и предприятий сферы услуг	89
<i>А.П. Яблочников.</i> Экономические параметры развития муниципального образования и их влияние на социальную сферу на примере города Гатчины	92

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ И КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ	96
--	-----------

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

УДК 378:004

Р.Н. Авербух, О.А. Уткин

РОЛЬ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА: МИРОВОЙ ОПЫТ, КРИЗИС, ПЕРСПЕКТИВЫ

С учетом анализа международного опыта анализируется роль и влияние образовательных систем на формирование и развитие информационного общества.

Ключевые слова: национальные системы образования; общественное развитие; государственные затраты на образование; кризис образования; новая образовательная система; информационное общество.

Taking into consideration international experience we analyze the role of educational systems and their influence on formation and development of information-oriented society.

Keywords: national educational systems; public development; public expenditure for education; crisis of education; new educational system; information-oriented society.

Формирование постиндустриального общества меняет роль системы образования не только в развитии экономики, но и во всех других сферах общественной жизни, поскольку знания, информация и накопленный опыт оказываются в основе не только экономического, но и всего мирового общественного развития.

Деятельность в социальной, политической, духовной сферах общественной жизни предполагает постоянное получение новой информации и обновление научных знаний. В информационном обществе каждый человек получает новые возможности для самоактуализации и развития. Для этого на всех уровнях управления обществом (муниципальном, региональном, государственном) необходима активная деятельность по повышению уровня образования граждан. В общественной структуре постиндустриального общества сфера образования тесно взаимосвязана со всеми элементами социальной структуры, и от уровня и состояния образовательной сферы во многом зависит ход общественного развития.

Чтобы ответить на вопрос, может ли система высшего образования России на должном уровне влиять на развитие общества, необходимо проанализировать ее научный потенциал.

Начиная со второй половины XX века, сфера образования постепенно выдвинулась на первый план общественной жизни, что

нашло отражение в стремительном развитии этой сферы за последние десятилетия. Например, за три послевоенные десятилетия в системе образования обучалось столько учащихся, сколько их не было за всю предшествующую историю. По данным ЮНЕСКО, число учащихся выросло в мировом масштабе с 436,1 млн. человек в 1960 году до 845,3 млн. человек в 1980 году. Одним из важнейших итогов этого стало то, что доля неграмотных в мире сократилась с 44% в 1950 году до 26,5% в 1990 году.

Во второй половине XX века многие страны радикально решили проблему обучения детей. Как известно, обязательное 10-летнее образование было введено в Великобритании в 1944 году, во Франции – в 1967 году. В Японии в 1947 году стало обязательным 9-летнее образование, а в СССР с 1962 года – 8-летнее. В развивающихся странах постоянно растет набор детей в начальную школу и продолжительность их обучения. Ожидаемая продолжительность обучения ребенка с шестилетнего возраста в развивающихся странах в 1990 году составила 8,5 года по сравнению с 7,6 года в 1980 году. В Восточной Европе и Центральной Азии школьное обучение продолжительностью 9–10 лет является правилом; в Восточной Азии, странах Латинской Америки и Карибского бассейна начальное образование является почти

универсальным. Страны Среднего Востока и Северной Африки постоянно прогрессируют, так же как и страны Южной Азии. По данным ЮНЕСКО, в 1990 году в развивающихся странах 76% из 538 млн. детей в возрасте от 6 до 11 лет обучались в школе по сравнению с 48% в 1960 году и 69% в 1980 году. На уровне средней школы в 1990 году 46% населения развивающихся стран в возрасте от 12 до 17 лет посещали школу, и эта доля выросла в течение 1980-х годов во всех регионах.

Для развития высшего образования во второй половине XX века также характерны существенные достижения. С 60-х годов в промышленно развитых странах стал резко возрастать спрос на получение высшего образования. Этот спрос порой принимал характер социального взрыва. Многие государства стремились удовлетворить резко возросший спрос на высшее образование. В итоге число обучающихся в высшей школе выросло беспрецедентно высокими темпами (Ж.К. Эйхер, Т. Шевалье, 1992): за 30 лет, с 1955 года по 1986 год, число поступивших в высшие учебные заведения Испании возросло в 15 раз, Швеции – в 9,7 раза, Австрии – в 9,4 раза, Франции – в 6,7 раза (Ж.К. Эйхер, Т. Шевалье, 1992. С. 10–25). В развивающихся странах рост был еще более внушительным. За то же время число поступивших в вузы Таиланда возросло в 33 раза, Индонезии – в 36 раз, Конго – в 60 раз, Венесуэлы – в 63 раза, Мадагаскара – в 87 раз, Кении – в 103 раза, Нигерии – в 112 раз (Ж.К. Эйхер, Т. Шевалье, 1992. С. 25–45). Стремительный рост количества студентов сопровождался вынужденным увеличением финансирования образования, в том числе за счет государственных субсидий на него.

Вместе с тем, отмеченные выше значительные достижения в развитии образования во второй половине XX века не отражают полностью роль образовательной сферы в современном мире. Расширение образовательной сферы приняло характер «образовательного взрыва», что сопровождалось обострением различных проблем в этой сфере, которое уже в 60-х годах XX века было осмыслено как мировой кризис образования. Прежде всего, кризис проявил себя в обострении проблем доступа к образованию, в частности, проблемы обеспечения равенства этого доступа для разных слоев населения. Но также важным его аспектом явилось усиление необходимости повышения качества профессионального обучения, эффективности и производительности образовательной системы для подготовки высококвалифицированных кадров.

Превращение образования во второй половине XX века в большинстве стран мира из доступного преимущественно элите в массовое поставило перед образовательной системой множество сложнейших проблем. Как

совместить широкий доступ к образованию и его высокое качество, как обеспечить соответствие образовательных запросов личности и общества – эти вопросы стали чрезвычайно актуальными.

Важнейшим аспектом кризиса образования, как было показано выше, является его качество, что часто связано с необходимостью высокой квалификации преподавателей в связи с:

- более быстрым расширением сферы образования, чем экономики в целом;
- трудоемкостью и «кустарным» характером преподавательского труда;
- оттоком квалифицированных кадров из образования в другие отрасли экономики с более высоким уровнем зарплаты и по иным причинам.

Обострилась проблема качества образования и в связи с постоянно растущим объемом знаний, накопленных человечеством. Очевидно, что если за каждые 10–15 лет объем информации удваивается, классический учебник быстро устаревает. Поэтому в настоящее время острой становится проблема включения в образовательный процесс всего потенциально доступного человечеству запаса знаний (PAKS – potentially available knowledge stock), что становится возможным при использовании новых информационных технологий и ресурсов сети Интернет.

Кризис образования проявился в разных формах и направлениях, но наиболее заметно он обострил проблемы финансирования, что привело к существенному увеличению государственных субсидий на развитие данной сферы. Начиная с 60-х гг. XX века в большинстве стран резко возросла доля валового национального продукта, направляемая на нужды образования. С начала 1980-х годов в подавляющем большинстве стран государственные затраты на образование стали постепенно снижаться, а затем и стабилизироваться.

К основным условиям, способствовавшим развитию кризиса национальных систем образования, можно отнести:

- исчерпанность и слабость факторов социализации личности в условиях индустриального общества;
- необходимость органичного единства между рациональной стороной образовательной деятельности и сохранением целостности личности, ее индивидуальной природы;
- воздействие процессов информатизации и компьютеризации общественной жизни, современной коммуникативной системы на сферу образования;
- непосредственное воздействие глобальных проблем современности на личность и необходимость повышения личной ответственности за их разрешение;
- сложившаяся социокультурная и мен-

тельная ценность национально-государственных образовательных систем, противоречащая процессу их универсализации;

- наличие развивающихся государств с низким уровнем развития, неспособных без внешней помощи и поддержки реализовать принципы и цели современного образования;

- необходимость преодоления посттоталитарных, переходных условий развития ряда стран, в которых системы образования были деформированы в соответствии с интересами их политических режимов.

Глобализация экономики также играет двоякую роль. Помимо положительных моментов, связанных с расширением образовательного пространства и увеличением объема знаний, доступных образовательным системам, особенность глобализации и интеграции образовательного пространства состоит в том, что в отличие, например, от товарных потоков, пересекающих таможи, обмена в мировой информационной сети не могут быть полностью проконтролированы при пересечении межгосударственных границ. Если на начальной стадии развития информационного общества формируются национальные информационные образовательные пространства, то сейчас мы наблюдаем их интеграцию в *единое мировое информационное образовательное пространство*. Более того, глобальное информационное образовательное пространство может полностью реализовать свои скрытые возможности только в случае охвата всего мирового пространства и отсутствия препятствий для перемещения информации (Г.А. Краснова, 2002. С. 152).

Не случайно высшее образование стало предметом внимания Всемирной торговой организации (WTO), которая уже рассматривает включение высшего образования в сферу своих интересов. Если это произойдет, то экспорт и импорт образования будут осуществляться по законам этой организации. Задача WTO – обеспечить доступность образовательных услуг, предоставляемых учебными заведениями, предоставить гарантии поставщикам образования при создании их филиалов в любой стране, экспорте учебных продуктов и программ, инвестиций в зарубежные учебные центры. «Что касается наиболее авторитетной части академического сообщества, включая и Американский совет по образованию, то она не участвует в этом начинании, поскольку инициатива WTO несет в себе определенную угрозу традиционным идеалам университета, а также национальному и даже институциональному контролю над образованием, а значит, должна быть тщательно проанализирована. Ныне мы находимся где-то посередине, – пишет Ф. Альтбах, директор Центра международного высшего образования, – подлинной революции в высшем образовании, которая потенциально означает, что

в нашем понимании роли университета произойдут глубокие перемены. Последствия этой революции огромны и пока не достаточно изучены» (Г.А. Краснова, 2002. С. 152).

Практические шаги по формированию новой образовательной системы в последние десятилетия сопровождаются дальнейшими теоретическими разработками в этой области, в частности, развитием идей непрерывного образования. В концепциях постиндустриального общества непрерывное образование предстает как универсальная форма деятельности, имеющая принципиальное значение и для личности, и для общества.

Определенный вклад в развитие представлений об особенностях и характерных чертах новой образовательной системы, возникающей в ходе преодоления мирового кризиса образования на основе процессов информатизации, внес японский ученый И. Масуда. Анализируя процессы становления информационного общества, И. Масуда выделяет пять основных направлений радикальных изменений в системе образования (Y. Masuda, 1990).

1. Под воздействием информационных технологий происходит практическая реализация идей развития неформального образования, т.е. образование перестает ограничиваться формальным, школьным образованием. Масуда пишет об этом так: «Существующая закрытая образовательная среда будет заменена открытой образовательной средой, состоящей из сетей знаний».

2. Индивидуализированный характер современного образования позволяет принимать во внимание возможности каждого конкретного человека. Если традиционная образовательная система основана на коллективном обучении, то новая система предполагает выбор конкретного образовательного процесса на базе индивидуальных способностей. Это будет возможно осуществить посредством разработки разных образовательных программ в соответствии с различными возможностями и преподавателей, и учеников. «Это означает, – пишет Масуда, – что современная образовательная система, разбитая на классы в соответствии с возрастом, будет заменена системой, позволяющей человеку развивать свои способности независимо от возраста».

3. Утверждение самообразования, самообучения в качестве ведущей формы образования. Если традиционная образовательная система предполагала в основном одностороннее обучение ученика преподавателем, то в новой образовательной системе учитель будет действовать как советник или консультант. Масуда отмечает, что «это станет возможным, поскольку в результате развития и распространения систем компьютерного обучения студенты смогут учиться самостоятельно, общаясь непосредственно с компьютером или с другими людьми посредством компью-

тера».

4. Ориентация на образование, создающее знание. Масуда пишет: «Если в индустриальном обществе образование ориентировано на наполнение голов студентов информацией и обучение их определенным методикам, то в информационном обществе образование такого типа будет вытеснено создающим знание образованием, поскольку информационное общество будет развиваться посредством утверждения ценности информации в общество, основанное на знании».

5. Формирование системы образования в течение всей жизни. Если традиционная система образования ориентирована в основном на обучение человека в молодые годы, т.е. человек в юности получает образование на всю жизнь, то новая система предполагает образование через всю жизнь. «В информационном обществе, – пишет Масуда, – большое внимание будет уделяться образованию взрослых и даже пожилых людей, поскольку для общества в целом будет необходимо обеспечить возможность взрослым и пожилым людям адаптироваться к быстрым изменениям в обществе; растущая доля пожилых людей в населении делает актуальной задачу предоставить этим людям возможности для развития своих знаний и умений».

Подытоживая анализ процессов становления новой образовательной системы, Масу-

да отмечает: «Радикальное изменение образовательной системы будет иметь огромное значение в человеческой истории, поскольку с этим изменением связан исторический переход от индустриального общества, в котором природная среда односторонне трансформировалась, а материальное потребление расширялось, к информационному обществу, которое стремится к сосуществованию с природой путем преобразования самого человека и означает установление новых социально-экономических систем».

Важной чертой новой образовательной системы и процессов ее становления является глобальность, т.е. мировой характер с присутствием глубинными интеграционными процессами.

ЛИТЕРАТУРА

Краснова Г.А. Открытое образование: цивилизационные подходы и перспективы / Г.А. Краснова. М.: Изд-во РУДН, 2002. С. 152.

Эйхер Ж.К. Переосмысление проблем финансирования послесреднего образования / Ж.К. Эйхер, Т. Шевалье // Высшее образование в Европе. Т. 17. № 1. М.: Высшая школа, 1992. С. 10–45.

Masuda Y. Managing in the Information Society: Releasing synergy Japanese style / Y. Masuda. Oxford, 1990.

С.А. Михайлов

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕГИОНОВ

Рассмотрены подходы к оценке энергоэффективности предприятий и отраслей промышленности регионов. Показана роль оценки энергоэффективности в стимулировании энергосбережения на уровне региона и предложен подход к оценке энергоэффективности, позволяющий мотивировать предприятия к осуществлению энергосберегающих мероприятий.

Ключевые слова: энергоэффективность; энергосбережение; энергоёмкость; оценка энергоэффективности.

We analyze approaches to estimation of energy efficiency of enterprises and industries in the regions. We show the role of estimation of energy efficiency in encouraging energy saving in the regions and offer an approach to energy efficiency estimation allowing to motivate enterprises to take on energy saving.

Keywords: energy efficiency; energy saving; power intensity; estimation of energy efficiency.

В условиях мирового финансового кризиса, создавшего угрозы для устойчивого развития экономики и энергетики страны и регионов, требуются иные подходы к энергосбережению, в том числе к оценке энергоэффективности регионов, отраслей, отдельных предприятий.

В настоящее время распространен подход к оценке энергоэффективности, основанный на сопоставлении объема полезного производства продукции и услуг, выполненных оборудованием, технологическим процессом, предприятием или организацией в денежном выражении, и объема израсходованных топливно-энергетических ресурсов (ТЭР), использованных для производства данного объема продукции и услуг в натуральном выражении. Помимо энергоэффективности рассчитывается также обратный ей показатель энергоёмкости как отношение объема израсходованных ТЭР к объему произведенной продукции (оказанных услуг). Эффективность использования ТЭР определяется по следующей формуле:

$$\mathcal{E} = \frac{P}{T}, \quad (1)$$

где \mathcal{E} – энергоэффективность, руб. в расчете на единицу ТЭР; P – суммарный объем произведенной продукции (услуг), руб.; T – суммарный объем израсходованных ТЭР, тонн условного топлива (т у.т.).

Согласно другому подходу, для оценки энергоэффективности выпускаемой продукции (услуг) рассчитывается показатель использования затрат на ТЭР:

$$\mathcal{E}_3 = \frac{P}{C \cdot T}, \quad (2)$$

где \mathcal{E}_3 – эффективность использования затрат на ТЭР, руб.; C – цена единицы массы ТЭР, руб. на 1 т у.т.

Показатели, рассчитываемые при помощи выражений (1) и (2), являются взаимодополняющими и могут использоваться в качестве относительных количественных оценок потенциала энергосбережения, т.е. потенциал энергосбережения можно оценивать возможным снижением энергоёмкости продукции, затрат на ТЭР и доли ТЭР в себестоимости производимой продукции (услуг), а также уровнем повышения эффективности использования ТЭР (С.А. Михайлов, М.И. Дли, А.А. Балябина, 2009; С.А. Михайлов, В.П. Мешалкин, А.А. Балябина, 2009). Потенциал энергосбережения при этом понимается как ожидаемый результат снижения затрат от выполнения запланированных энергосберегающих мероприятий в процентах. Его величина зависит от технологического состояния, уровня организации и эксплуатации рассматриваемого производства в сравнении с передовыми образцами или другими образцами-аналогами, а также от материалоемкости производимой продукции (услуг) (Н.Е. Епишков, 2001).

Достоинством описанных подходов к оценке энергоэффективности производимой продукции (услуг) и, соответственно, промышленных предприятий, является небольшое количество и простота используемых показателей, а также отсутствие затруднений в получении статистических данных для расчета этих показателей. Однако можно выделить и недостатки данных подходов, которые заключаются в невозможности получения объективных оценок энергоэффективности и потенциалов энергосбережения предприятий

отдельных (особенно материалоемких) отраслей промышленности и сложности стимулирования промышленных предприятий к осуществлению энергосберегающих мероприятий. Это объясняется тем, что в структуре себестоимости продукции материалоемких производств основную долю занимают приобретенные у поставщиков сырье, материалы и полуфабрикаты. Соответственно, возможности влияния данных предприятий на энергоемкость и себестоимость выпускаемой ими конечной продукции достаточно ограничены. Это, в свою очередь, затрудняет процессы стимулирования промышленных предприятий к осуществлению энергосберегающих мероприятий. Основная проблема заключается в невозможности выявления так называемых «узких мест» в цепи промышленного производства, что приводит к отсутствию системной направленности и в итоге – к низкой результативности мер по стимулированию энергосбережения.

С учетом выявленных недостатков существующих подходов к оценке энергоэффективности отдельных предприятий и отраслей предлагается использовать другие показатели для оценки энергоэффективности промышленности регионов.

Представляется целесообразным в формулах расчета энергоэффективности (формула 1) и показателя использования затрат на ТЭР (формула 2) вместо показателя суммарного объема произведенной продукции (оказанных услуг) использовать показатель добавленной стоимости. Тогда формула определения энергоэффективности примет следующий вид (формула 3):

$$\mathcal{E} = \frac{ДС}{T}, \quad (3)$$

где $ДС$ – суммарная величина добавленной стоимости, возникающей при производстве продукции (оказании услуг), руб.

Показатель использования затрат на ТЭР будет рассчитываться следующим образом (формула 4):

$$\mathcal{E}_3 = \frac{ДС}{Ц \cdot T}. \quad (4)$$

Следует отметить, что для практической реализации предложенного подхода к оценке

энергоэффективности промышленности регионов необходимо определенное изменение перечня используемых в этих целях форм статистической отчетности, либо внесение недостающих данных (себестоимость производимой продукции, добавленная стоимость по предприятиям и отраслям) в существующие формы. При этом очевидным преимуществом использования в расчетах добавленной стоимости вместо объема произведенной продукции является возможность получения объективной информации об энергоемкости конечной продукции (услуг) на различных стадиях ее производства. Величина добавленной стоимости отражает масштабы деятельности предприятия и его вклад в создание валового регионального продукта, поскольку, вычитая стоимость потребленных материальных средств производства (сырья, материалов, энергии), приобретенных у других организаций из стоимости произведенной продукции (услуг), получаем стоимость, которую добавили на данной стадии промышленного производства к стоимости сырья, материалов, энергии и т.д. В этой связи использование добавленной стоимости в оценке энергоэффективности промышленных предприятий позволит более точно оценивать потенциалы энергосбережения в различных отраслях промышленности и принимать направленные адекватные стимулирующие меры в области реализации энергосберегающих программ.

ЛИТЕРАТУРА

Епишков Н.Е. Энергосбережение – базовая технология создания эффективного сельского хозяйства / Н.Е. Епишков // Вестник энергосбережения Южного Урала. 2001. № 2 (3). С. 15–19.

Михайлов С.А. Виды региональных стратегий энергосбережения / С.А. Михайлов, М.И. Дли, А.А. Балябина // Нефтегазовое дело. 2009. № 2. С. 48–51.

Михайлов С.А. Место стратегии энергосбережения в стратегии социально-экономического развития региона / С.А. Михайлов, В.П. Мешалкин, А.А. Балябина // Менеджмент в России и за рубежом. 2009. № 2. С. 52–58.

В.В. Пучков

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНТЕГРАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОГО И СТРУКТУРНОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Рассматриваются основные направления и механизмы реализации новой экономической политики, а также факторы, сдерживающие её развитие и пути их преодоления.

Ключевые слова: *регион; структурное развитие региона; инвестиционная стратегия развития региона; инвестирование; инновации; методологические основы*

We look at the main directions of the new economic policy and mechanisms to realize it and research constraints and ways to overcome them.

Keywords: *region; structural region development; investment strategy of region development; investment; innovations; methodological basics.*

Наша страна встала на путь модернизации и технологического обновления всей производственной сферы. Как отметил президент Д.А. Медведев: «Это вопрос выживания нашей страны в современном мире» (Послание Президента РФ..., 2009).

Для осуществления этой политики необходимо выделить приоритеты и определить механизмы интеграции структурного и инновационного развития страны и отдельных регионов.

Проведение долгосрочной инвестиционной политики, направленной на ликвидацию глобальных диспропорций в экономике, активизацию инновационных процессов, повышение устойчивости развития, наиболее эффективно, как показывает мировой опыт, с использованием государственных форм регулирования.

Концепция инвестиционно-структурной стратегии России во многом определяется долгосрочной концепцией экономического развития, являясь составной частью общего экономического развития России. Эта стратегия представляет собой взаимосвязанную систему мер, осуществляемых государством в целях повышения платежеспособного спроса, в первую очередь, на инновационную продукцию, эффективности экономики в целом и ее отдельных отраслей и конкурентоспособности промышленной продукции, как на внутреннем, так и на внешнем рынках (Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ..., 2008).

Одним из основных условий эффективной реализации инвестиционно-структурной политики является наличие и перспективы роста внутреннего и внешнего платежеспособного спроса на определенные виды продукции и услуг. Обеспечение совокупного

платежеспособного спроса на внутреннем рынке является центральным пунктом ее реализации с учетом мультипликативного воздействия развития, избираемого в качестве приоритетного направления. Важно, чтобы поддерживаемый сектор обеспечивал значительный и растущий спрос на продукцию и услуги сопряженных отраслей-поставщиков (сырье, материалы, комплектующие изделия, оборудование), на услуги строителей, транспортников, образования, НИОКР. Подобного рода мультипликативные эффекты ведут к оживлению развития народного хозяйства в целом.

Процесс реализации глобальной цели инвестиционно-структурной политики – создание условий для перехода от сырьевой экономики к формированию индустриально-инновационного сектора страны с отраслями, конкурентоспособными на внутреннем и внешнем рынках. Однако реализация этого пути будет сдерживаться следующими факторами:

- отсутствием конкурентоспособных отраслей или сегментов экономики в первую очередь в обрабатывающих отраслях и машиностроении;

- практическим отсутствием отраслей, производящих наукоемкую, технологически сложную конкурентоспособную продукцию;

- слабым развитием отраслей по производству товаров народного потребления, химической промышленности, глубокой переработки нефти, газа и вообще любого углеводородного сырья;

- высоким удельным весом производств с экологически грязными технологиями;

- большим объемом морально и физически устаревшего оборудования.

Поэтому на первых этапах Россия будет вынуждена активно привлекать и использо-

вать мировой опыт зарубежных технологий и импортное оборудование.

Инвестиционно-структурная политика направлена на решение следующих задач:

- сохранение и использование наиболее ценных элементов накопленного научно-технического потенциала в целях развития промышленности;

- нахождение, развитие и использование сравнительных конкурентных преимуществ российской экономики и последовательное преодоление ее слабостей;

- преодоление деформаций в отраслевой, внутриотраслевой и производственной структуре, сложившихся к 2010 г. и выразившихся в техническом и технологическом отставании отечественного производства от уровня, достигнутого в развитых странах;

- насыщение внутреннего рынка отечественной продукцией в соответствии с объемами структурного спроса;

- нахождение собственной ниши на мировом рынке для экспорта конкурентоспособной продукции с большой добавленной стоимостью;

- модернизация и создание инновационной экономики.

Выбор приоритетных секторов (отраслей) экономики должен основываться на следующих принципах:

- сравнительно невысокая капиталоемкость, поскольку уровень реального инвестиционного потенциала в стране довольно низок;

- низкая энергоемкость отрасли;

- трудоемкость отрасли, причем всех уровней квалификации, для обеспечения занятости населения;

- отрасль должна быть интеллектуально-информационно-интенсивной, поскольку постоянно возрастает отдача вложений в человеческий капитал.

На наш взгляд, к основным мерам по реализации этой политики можно отнести следующие.

1. Используя благоприятную для России конъюнктуру мирового рынка и увеличение валютных поступлений от экспорта, необходимо переориентировать экономическую политику с экспортно-ориентированного сырьевого развития на развитие конкурентоспособных производств, основанных на передовых технологиях и научно-техническом потенциале.

2. Необходимо разработать крупные национальные программы, прежде всего, в машиностроительном комплексе, в том числе в его оборонных отраслях.

3. В начале XXI в. Россия остается страной, специализирующейся на производстве и экспорте минерального и энергетического сырья. Поэтому на первых порах главное – это эффективно использовать естественные бо-

гатства страны, в том числе путем экспорта сырья, которого должно быть достаточно, чтобы оплатить импорт. Однако само по себе наличие сырья повышенного спроса на мировом рынке не гарантирует процветания страны. Все определяется тем, насколько разумно распределяются и используются доходы от экспорта.

Развитие природно-сырьевой базы России, и в первую очередь ее главной составной части – минерально-сырьевой базы, а также эффективное ее использование в ближайшие 10–15 лет будет одним из ведущих факторов обеспечения устойчивого роста экономики России и ее субъектов. Это должно быть использовано для создания финансовой и технической базы подъема образования, науки, наукоемких отраслей экономики, развития отечественного производства высокотехнологичной продукции и товаров широкого потребления.

Разнообразие природных ресурсов, научно-технические и интеллектуальные возможности России позволяют рационально сочетать разные варианты экспортно-импортной политики в увязке со структурно-промышленной, что является преимуществом России перед другими государствами мира, поскольку большинство богатых природными ресурсами стран отличаются узостью сырьевой специализации. Однако такие возможности России и ее субъектов в экспорте продукции, получаемой из природных ресурсов, реализуются недостаточно полно, особенно по группе товаров, получаемых из воспроизводимых природных ресурсов. Уже сейчас доходы от интенсивного вывоза нефти, металлургического сырья черных и цветных металлов, леса, химического сырья должны перераспределяться с учетом конечной цели – развития приоритетных отраслей и предприятий, выпускающих конкурентоспособную инновационную продукцию и технологии, в первую очередь, корпораций информационного сектора, предприятий машиностроительной (включая оборонную) промышленности.

4. Решение проблемы конкурентоспособности и инвестиционного обновления промышленности зависит от успехов финансово-кредитной и социальной политики государства.

5. Основной акцент в инвестиционной стратегии для развития экономики инновационного типа предстоит сделать на развитии наукоемких, технологичных, высококонкурентных секторов экономики. При этом исключительно важная роль принадлежит государству, которое не только формирует государственную инвестиционную стратегию развития национальных инновационных систем, но и согласовывает их с программами социально-экономического развития, реализует конкретные мероприятия по созданию усло-

вий и стимулированию научно-инновационной деятельности и создает благоприятный инвестиционно-инновационный климат.

Инновационная активность в экономике зависит от инвестиционного климата, под которым понимается совокупность условий и факторов, воздействующих на протекание инновационных процессов. Создание благоприятного инвестиционного климата полностью зависит от государственной экономической политики. Во-первых, государство как собственник не может самоустраниться от роли хозяйственного субъекта и организатора централизованных капитальных вложений в инновационную сферу. Во-вторых, государство стимулирует спрос на научно-инновационную продукцию и выступает в роли заказчика. В-третьих, инвестиционная активность государства будет инициировать рост капитальных вложений как отечественных, так и иностранных инвесторов. Трудно ожидать притока иностранных инвестиций в страну с неблагоприятным инвестиционным климатом, парализованной внутренней инвестиционной активностью, самоустраненностью государства от инвестиционной деятельности. Благоприятный инвестиционный климат создается такими инструментами, как налоговые стимулы для капитализации прибыли и реинвестирования доходов; развитие вторичного рынка ценных бумаг в жестких рамках, определенных законодательством; целевое использование амортизационных фондов и др.

Важной задачей инвестирования инновационной системы является разработка и использование рационального инвестиционного механизма реализации государственной инновационной политики, который должен представлять систему ресурсного обеспечения всего инновационного цикла, включая стадии разработки, распространения промышленного производства и эксплуатационного применения инноваций на основе, как прямого финансирования, так и использования методов косвенного регулирования, направленных на абсолютную и относительную экономию инвестиционных и всех других видов материальных ресурсов участников инновационного процесса.

Необходимо различать систему инвестирования инноваций в целом, систему инвестирования инноваций в региональном разрезе и систему государственного инвестирования инновационной деятельности. Ключевой принцип государственной инновационной политики по отношению к негосударственным предприятиям состоит в том, чтобы, не вмешиваясь в процесс их формирования, максимально содействовать созданию благоприятной экономической среды, необходимой законодательной базы для повышения их инвестиционной активности и надежной защиты вкладываемых средств. При этом особое вни-

мание государство должно уделять созданию экономических условий для увеличения доли долгосрочных вложений в негосударственном реальном секторе экономики за счет привлечения негосударственных источников инвестиций.

Система инвестирования инноваций, по нашему мнению, должна включать следующие элементы:

- источники поступления инвестиционных средств для осуществления процесса инвестирования (процесс формирования);
- механизм аккумуляции инвестиционных средств, поступающих из различных источников;
- процедуру вложения капитала;
- механизм контроля за инвестированием;
- механизм возвратности вложенных средств.

Методологическими основами предложенного подхода являются: принцип системности; подчинение цели каждого этапа единой стратегической цели эффективности инвестирования инновационной сферы; концентрация инвестиционных средств, потенциально направляемых на инновационное развитие; возможность координации, маневра и контроля за мобилизацией, расходованием и возвратностью вложенных средств, в том числе с учетом тактических и стратегических вложений.

Одним из направлений достижения поставленной цели является интеграция усилий государства и предпринимательского сектора экономики, ускорение внедрения современных инвестиционно-финансовых механизмов привлечения негосударственного российского и иностранного капитала в сферу науки и технологий. Для этого потребуются решить следующие основные задачи:

- повысить эффективность использования средств федерального бюджета, внебюджетных средств и иных инвестиционных ресурсов, направляемых на развитие сферы науки и технологий;
- обеспечить совершенствование нормативно-правовой базы в целях привлечения внебюджетных средств и иных инвестиционных ресурсов в сферу науки и технологий, а также повышения востребованности результатов научно-технических работ отечественным производством;
- обеспечить воспроизводство и развитие материально-технической базы организаций научно-технической сферы, которые осуществляют исследования по приоритетным направлениям и технологическое перевооружение наукоемких производств;
- реализовать важнейшие инновационные проекты регионального значения (www.rg.ru/bussines/docum/66.shtm).

Для повышения эффективности использования средств федерального бюджета при

выполнении исследований и разработок по приоритетным направлениям особое значение в рамках такого механизма приобретает усиление роли государственного заказа как одного из главных механизмов инновационной политики. Государственный заказ на научно-техническую продукцию обеспечивает увязку планов проведения научных исследований и разработок с программами социально-экономического развития страны. Основу заказа государства на научно-техническую продукцию составляют федеральные целевые программы в сфере науки и технологий.

Формирование региональных целевых программ целесообразно осуществлять, во-первых, на основе принципов, определяемых Правительством РФ с учетом макроэкономических условий, концепции инвестиционной политики, приоритетов и целей социально-экономического развития РФ, направлений структурной и научно-технической политики, прогнозов социально-экономического развития регионов, мировых инновационных трендов, результатов анализа и прогноза социального и экологического состояния страны и регионов, внешнеполитических и внешнеэкономических условий, а также международных договоренностей. Во-вторых, с учетом особенностей научно-инновационной сферы: обеспечение непрерывности цикла «фундаментальные исследования – поисковые НИР – прикладные НИОКР – технологии – производство – рыночная реализация» и сбалансированности его этапов при общей ориентации на конечный результат – серийный выпуск наукоемкой конкурентоспособной продукции:

обеспечение концентрации средств федерального бюджета и внебюджетных средств на реализации приоритетных направлений и адресности мер стимулирования научно-технической и инновационной деятельности; осуществление выбора объектов финансирования на основе их оценки по научно-техническим, экономическим, экологическим и другим критериям с учетом возможностей федерального и регионального бюджетов (www.rg.ru/bussines/docum/66.shtm). Системообразующим критерием должна быть структура стратегических целей инвестиционной политики государства. Обязательным элементом, по нашему мнению, является полная ответственность государства за не- или невыполнение принятых обязательств, равно как и других участников инвестиционно-инновационного процесса при реализации федеральных и региональных целевых программ.

ЛИТЕРАТУРА

Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р // Собрание законодательства РФ. 2008. 24 ноября. № 47. Ст. 5489.

Послание президента РФ Дмитрия Медведева Федеральному Собранию Российской Федерации // Российская газета. Федеральный выпуск. 2009. 13 ноября. № 5038 (214).

[Электронный ресурс]. Режим доступа: www.rg.ru/bussines/docum/66.shtm

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 331.108

Е.Н. Бабинов

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КРУПНОЙ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ЕЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ

Рассматривается стратегия развития кадрового потенциала крупной компании в условиях ее технологической модернизации. Адаптация кадрового потенциала к технологическим нововведениям рассматривается под углом зрения сбалансированного развития человеческого и вещественного капитала компании.

Ключевые слова: стратегия; кадровый потенциал; человеческий капитал; вещественный капитал; оценка и адаптация.

We research the strategy of developing personnel potential of a large company during its technological modernization. Personnel adaptation to technological novelties is researched from the point of view of balanced development of human and material capital of the company.

Keywords: strategy; personnel potential; human capital; material capital; assessment and adaptation.

Стратегии развития кадрового потенциала крупной компании, в которой определены перспективы ее технологической модернизации и сосредоточена значительная численность персонала различных профессий и квалификаций, должны, по нашему мнению, формироваться с учетом двух базовых принципов. Первый – сохранение человеческого капитала компании для выполнения принятых руководством производственных программ и эффективного использования действующих рабочих мест, правил и технологий их обслуживания; второй – приращение человеческого капитала в связи ростом требований к качеству рабочей силы для освоения новых производств и инновационных технологий.

Необходимость реализации первого принципа обусловлена тем, что человеческий капитал в процессе функционирования на производстве может терять свою стоимость вследствие морального и физического износа, подобно вещественному капиталу. Моральный износ связан с потерей части квалификации и профессиональной компетентности работников, если в компании не создана система непрерывного профессионального обучения и переобучения кадров, которая, благодаря специально разработанным программам, способна поддерживать в рабочем состоянии указанные выше важнейшие составляющие человеческого капитала. Физический износ обусловлен не только старением кадров и, как следствие этого, их уходом на пенсию, но и текучестью кадров, в первую очередь, квали-

фицированных рабочих и специалистов. Здесь должна работать уже другая – социальная система крупной компании, ориентированная на создание благоприятного микроклимата, гибкой политики заработной платы, медицинского обслуживания, соблюдение режима труда и отдыха работников.

Вместе с тем возмещение естественной убыли и текучести кадров принятыми со стороны кадровыми работниками и выпускниками профессиональной школы должно осуществляться на плановой основе с использованием рациональной системы подбора кадров, включая их ускоренную адаптацию на производстве за счет прохождения краткосрочных курсов по специально разработанным адаптационным программам обучения.

Реализация второго принципа связана с вводом в действие новых производств и инновационных технологий, которые, как правило, изменяют содержание труда работников и, как следствие этого, требуют модернизации действующих и разработки новых программ обучения, на что требуется время и деньги, а также освоения этих программ, прежде всего, преподавателями и инструкторами для последующего обучения и переобучения части персонала компании, а также работников, принятых со стороны. Таким образом, объективно встает вопрос об организации и планировании опережающей подготовки и переобучения кадров, с тем, чтобы они были технологически готовы к освоению новых производств и новых наукоемких технологий ко времени их

ввода в действие при реализации инвестиционно-инновационных проектов. При этом следует учитывать, что процесс подготовки специалистов имеет свои специфические особенности, обусловленные наличием у них потребностей не только связанных с требованиями производства, но личностными установками на приобретение высокого уровня квалификации по специальности и приращением человеческого капитала.

Если задача реализации первого принципа с точки зрения достаточности ее информационного обеспечения не вызывает особых трудностей, кроме, пожалуй, прогнозирования текучести кадров, поскольку имеется расплывчатый по рабочим местам план производства, его кадровое и материально-техническое обеспечение, и главная задача кадровой службы компании – поддерживать сбалансированность между рабочими местами и персоналом, то задача реализации второго принципа, с точки зрения ее информационного обеспечения, не столь очевидна. Это объясняется тем, что в инвестиционно-инновационных проектах не предусматривается кадровое обеспечение запланированных к вводу в действие рабочих мест, а также требования к уровню квалификации и профессиональной компетентности привлекаемых работников. По нашему мнению, это один из существенных недостатков таких проектов, особенно при вводе в действие и освоении наукоемких рабочих мест, для которых должны быть предусмотрены требования к важнейшим характеристикам работников, осуществляющих ввод в действие, наладку, эксплуатацию и ремонт новой техники. Введение такой информации в указанные проекты позволит заблаговременно разработать новые или модернизировать имеющиеся учебные программы по действующим и вновь возникающим профессиям в связи с изменениями в содержании их труда, без чего не может быть организована планомерная опережающая подготовка и переобучение кадров для вновь вводимых производств и инновационных технологий.

Как отмечает Г.И. Лукин: «... для реализации на практике принципа опережающей подготовки квалифицированных кадров, прежде всего ремонтников и эксплуатационщиков, необходимо уже на стадии изготовления первых образцов новой техники готовить программы обучения указанных категорий работников, тиражируя эти программы по мере роста покупательского спроса на соответствующие технику и технологию» (Г.И. Лукин, 2005).

Естественно, что перспективные планы опережающей подготовки и переобучения кадров должны быть «вписаны» в кадровое планирование крупной компании, поскольку основной кадровый ресурс для комплектова-

ния новых наукоемких рабочих мест должен формироваться на внутрифирменном рынке труда, что позволит сократить сроки обучения и переобучения кадров за счет учета корпоративного и профессионального опыта квалифицированных рабочих и специалистов компании, направляемых на профессиональное обучение для их последующего использования на новых рабочих местах. Потребность в кадрах для вновь вводимых производств может быть частично удовлетворена из внешних источников, прежде всего, для обеспечения рабочих мест, в которых используются традиционные технологии, с предварительным внутрифирменным обучением работников по краткосрочным адаптационным программам. В любом случае критерием эффективности обучения для освоения традиционных и новых наукоемких рабочих мест, которые предусмотрены в инвестиционно-инновационных проектах, является их отдача на производстве – качественное и своевременное выполнение индивидуальных производственных заданий. Система планирования опережающей профессиональной подготовки и переобучения кадров для освоения вновь вводимых производств должна включать следующие основные блоки: блок аттестации рабочих мест в соответствии с перспективными планами развития компании, блок подготовки кадров, блок обеспечивающих условий и блок оценки качества обучения.

Отметим, что поддержание сбалансированности двух основных факторов производства в условиях его модернизации и технологического обновления, а также в условиях освоения новых месторождений природных ресурсов (нефти, газа, алмазов и т.д.) за счет своевременной подготовки кадров, позволяет не только избежать непроизводительных затрат средств и времени, но и служит важнейшим фактором поддержания конкурентоспособности компании, поскольку в приросте человеческого капитала заложена инновационная составляющая конкурентоспособности – новые знания работников, благодаря которым могут быть освоены новые наукоемкие технологии, а соединение этих знаний с опытом освоения этих технологий создает условия для инновационных инициатив по совершенствованию производства, его технологий и управления этими процессами. В этой связи можно говорить о непрерывности воспроизводства инноваций путем интеграции науки, образования и производства.

В заключение отметим, что повышение конкурентоспособности и инновационной активности компании в определяющей степени зависит от качества ее человеческого капитала, а также от форм и методов управления этим капиталом.

ЛИТЕРАТУРА

Иноземцев В. Цели и структура корпорации как основы ее конкурентоспособности / В. Иноземцев // Проблемы теории и практики управления. 2001. № 3.

Кураков А.Л. Профессиональное образование: планирование и прогнозирование развития / А.Л. Кураков. СПб.: Изд-во СПбГУ-ЭФ, 2005.

Лукин Г.И. Очерки по экономике, инновациям и прогнозированию развития профессионального образования / Г.И. Лукин. М.: ИУО, 2005.

Новиков П.М. Опережающее профессиональное образование: науч.-практич. пособие / П.М. Новиков, В.М. Зуев. М.: РГАТиЗ, 2000.

Попов А. Потребность экономики в специалистах и квалифицированных рабочих: методические основы прогнозирования / А. Попов // Человек и труд. 2004. № 6.

Шумпетер Й. Теория экономического развития: исследование предприятий, прибыли, капитала, кредитов, процента и циклов конъюнктуры / Й. Шумпетер. М.: Прогресс, 1982.

А.А. Бейсенбаев

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА

Представлены методические подходы к формированию организационного и экономического механизма управления социально-экономическим развитием регионов Республики Казахстан.

Ключевые слова: *механизм управления; социально-экономическое развитие; экономика региона.*

We offer methodological approaches to establishing organizational and economic mechanism of managing socio-economic development of the regions of the Republic of Kazakhstan.

Keywords: *mechanism of management; socio-economic development, regional economy.*

Социально-экономическое развитие региона происходит и в дальнейшем будет осуществляться в результате сложного взаимодействия научной, технологической, ресурсообеспечивающей составляющих экономики региона, а также хозяйственных отношений, возникающих как следствие функционирования государственных, гражданских и рыночных механизмов планирования социально-экономического развития административно-территориального образования.

В процессе установления закономерностей воспроизводства экономических отношений и их влияния на социальные и технологические изменения необходимо, на наш взгляд, выбрать такой элемент в совокупности механизмов стратегического планирования, который обеспечит транспарентность представлений об экономических, социальных и производственно-хозяйственных отношениях, которые опосредуют в производстве товаров технологические изменения, а в обществе – социальные отношения. Таким элементом может служить экономический механизм, поддерживаемый и обеспеченный соответствующей институциональной структурой, включающий государственное субсидирование, надежную банковскую систему, рациональные системы налогообложения, льготного кредитования и прочие условия, стимулирующие хозяйственную деятельность предпринимательской среды в административно-территориальных образованиях (А.А. Махашев, 2003).

Особым элементом механизма государственного управления социально-экономическим развитием региона является организационное обеспечение. Функциональными задачами такого механизма служат установление разноразмерных структур управления, опре-

деление их эффективного взаимодействия и взаимоотношений, сфер контроля и меры ответственности, обеспечение необходимой гибкости и адаптивности управления, в том числе своевременного реагирования системы планирования на изменения внешней среды, создаваемой всей национальной экономикой и странами-партнерами по внешнеэкономической деятельности.

Кроме того, организационный механизм государственного управления социально-экономическим развитием должен решать задачи определения допустимости временных и количественных границ неопределенности стратегических ориентиров и показателей-индикаторов социально-экономического, технологического, научно-технического, инновационного, ресурсного, культурного и иного состояния региона.

На наш взгляд, в условиях функционирования национальной экономики Республики Казахстан объектами воздействия организационного механизма являются в основном целостные хозяйственные образования, имеющие коллективно-долевою форму собственности, которые служат в качестве основного структурного элемента производственно-хозяйственных и экономических отношений регионов, кроме города Алматы. Актуализация совершенствования государственных механизмов на уровне регионов происходит в условиях становления новых механизмов нормативно-правового, экономического и организационного характера, на основе которых могут действовать факторы, как стимулирующие предпринимательскую самостоятельность, так и способствующие иждивенческим интересам.

На экономику регионов, кроме экономических механизмов (государственного, обще-

ственного, рыночного), большое влияние оказывают факторы инновационной, экологической, институциональной, личностной, культурной, национальной, религиозной направленности. С учетом этого следует обратить внимание на необходимость реализации управляющих действий и механизмов стабилизационной, антикризисной ориентации. Очевидно, что экономический механизм по существу характеризуется высокой степенью комплексности и включает некоторые элементы других механизмов – стратегическое планирование, антикризисное управление, стабилизация региональной экономики. Поэтому экономический механизм следует рассматривать в качестве доминирующего (Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан..., 2004).

Этапы эволюции рыночного хозяйства в Республике Казахстан, отличающиеся друг от друга различным соотношением элементов рынка, государственно-рыночного и социализированного вида, как элементов моделей социально-экономического развития и их реального воплощения, сопровождались и соответствующими модификациями экономического механизма управления региональными процессами.

С течением времени рынок немного изменился. Однако рыночные экономические механизмы, проявляющиеся через спрос и предложение, равновесные цены, перераспределение прибыли и инвестиций по-прежнему остались важными инструментами формирования качества жизни населения в регионах. При этом социализация и экосистематизация (экологизация) экономических параметров, особенно в некоторые периоды, отличающиеся достаточно высоким уровнем нестабильности и несовершенством форм реализации, являются отличительными характеристиками настоящего периода. Это обусловлено действием тенденции увеличения издержек, сложившимися условиями установления устойчивых пропорций и взаимосвязей между степенью использования, в том числе экспорта, природных ресурсов, состоянием природной среды, объемами производственно-хозяйственной деятельностью, качеством жизни населения в регионах.

Экономический механизм управления позволяет осуществить движение всех процессов регионального хозяйства как основы социально-экономического перспективного развития. В то же время экономический механизм представляет собой совокупность методов, денежных средств и иных инструментов, обеспечивающих условия для достижения текущих и долгосрочных целей.

Экономический механизм, в соответствии с представлениями автора, сам по себе не может выполнять доминирующие функции в процессах социально-экономического раз-

вития, если не подчиняет взаимодействие своих элементов механизму стратегического планирования. Подтверждением тому служат отличительные особенности экономических механизмов в различных странах Содружества Независимых государств, а также в странах Европейско-Азиатского сообщества, находящихся в стадии перехода к развитым постиндустриальным рыночным отношениям.

Экономические механизмы не только различных стран, но и регионов одной страны, в том числе и Казахстана, должны, на наш взгляд, отличаться друг от друга весьма существенно, что обусловлено неодинаковыми стадиями и темпами развития производительных сил, природно-климатическими условиями, национальными и культурными традициями, особенностями имеющихся природных ресурсов, степенью развитости рынков труда, факторами исторического характера, уровнем жизни граждан, разными подходами к выбору методов и стилей управления, формирования производственно-хозяйственных, экономических, социальных и иных партнерских отношений. Однако наиболее существенные различия в процессе построения и реализации экономических механизмов обусловлены отличием целей, формулирование которых входит в состав региональных механизмов стратегического планирования.

Можно отметить, что экономический механизм создает условия для функционирования регионального производства как единого целого, формирует организационно-экономические отношения, связывающие все региональные процессы в единую систему, а также позволяет разъединять единое целое на составные элементы – отрасли, территориальные комплексы, предприятия. Поэтому экономический механизм региона по объектам подразделяется на отраслевой, корпоративный, а также механизм хозяйствующего субъекта. Сложность построения механизма стратегического планирования заключается в том, чтобы долгосрочные цели развития региона были направлены на создание экономических условий для эффективной деятельности отраслей, комплексов и отдельных предприятий региона, а также учитывали общественные, государственные и индивидуальные интересы каждого гражданина.

Следовательно, механизм стратегического планирования социально-экономического развития, формируя комплекс стратегических целей для экономического механизма, отражает перспективные желаемые результаты реализации совокупности функционально-экономических связей и интересов участников рынка. При этом система поступающей информации базируется на существующем и ожидаемом в будущем распределении объектов собственности в регионе, государственном национальном и региональном законода-

тельстве, регулировании пропорций, основанных на согласовании и подчинении экономических интересов хозяйствующих субъектов, индивидов в процессе функционально-экономического взаимодействия фаз производства, распределения, обмена и потребления на региональном, местном и локальном уровнях управления (N. Nurlanova, 1997).

Поскольку экономический механизм в наиболее абстрактном виде представляет собой результаты производственно-хозяйственной деятельности сообщества взаимодействующих хозяйствующих субъектов, постольку такому механизму присуща двойственная характеристика, которая обусловлена его организацией. Это связано с тем, что, во-первых, каждый из хозяйствующих субъектов является ячейкой региональной экономики, и поэтому экономический механизм представляет собой структурный элемент, воплощенный в рыночных условиях и охватывающий все производственное пространство региона. Тогда экономический механизм по своей рыночной сути представляет собой нерегулируемую самоорганизующуюся систему, как в целом, так и в частности.

Во-вторых, в границах конкретного народного хозяйства экономический механизм является средством реализации соци-

ально-экономической ориентации на достижение оптимальных результатов развития, реализует целенаправленную стратегию деятельности производственно-хозяйственных, обменных, распределительных и иных процессов, то есть экономический механизм развития регионального хозяйства по своей принадлежности к организационно-правовым формам и выбранной модели социально-экономического развития является инструментом достижения конечных стратегических целей повышения качества жизни граждан.

ЛИТЕРАТУРА

Махашев А.А. Стратегическое развитие национальной экономики в условиях глобализации: препринт / А.А. Махашев. СПб.: Изд-во «Нестор», 2003.

Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003–2015 годы. Утверждена Указом Президента Республики Казахстан от 17.05.2003 года № 1096. Астана, 2004.

Nurlanova N. Investment Strategy // Economy of Kazakhstan on the Path of Reforms / N. Nurlanova; edited by M. Kenzheguzin. Almaty, 1997.

В.В. Гимаров, М.М. Храименков

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В УСЛОВИЯХ НЕПОЛНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Сформулирована задача прогнозирования значений экономического процесса в условиях неполной ретроспективной информации. Указаны причины нерегулярности поступления значений эконометрического ряда. Приведена процедура прогнозирования значений экономического процесса в условиях нерегулярности наблюдения его значений, основанная на использовании локальных описаний.

Ключевые слова: *прогнозирование экономического процесса; нерегулярность данных; локальные модели.*

The problem of forecasting the values of economic process in the conditions of incomplete retrospective information is formulated. The reasons for irregular receipt of econometric values are specified. A procedure of forecasting economic process values in the conditions of their irregular supervision based on the use of local descriptions is offered.

Keywords: *forecasting of economic process; irregularity of the data; local models.*

В настоящее время для прогнозирования экономических процессов, характеризующих тенденции развития локальных и глобальных рынков товаров и услуг, используются различные инструментальные средства и экономико-математические методы, входящие в состав программного обеспечения информационных систем поддержки принятия решений по управлению предпринимательством.

Для прогнозирования экономических процессов (например, изменения уровня платежеспособного спроса на рынке во времени) целесообразно применять экономико-математические модели, которые на основе анализа ретроспективной информации предшествующих периодов позволяют вырабатывать достоверные прогнозные оценки, используемые в процессе принятия научно обоснованных управленческих решений.

Предположим, что исследуемый экономический процесс удовлетворяет нелинейному уравнению вида

$$x_{t+1} = F(x_t, x_{t-1}, \dots) + e_t, \quad (1)$$

где x_t – значения процесса в моменты времени t , e_t – значения процесса типа дискретного «белого шума», $F(\cdot)$ – функция, в общем случае неизвестного вида.

Учитывая сложность преобразования F , его аналитическое описание на практике возможно далеко не для всех ситуаций. В таких условиях целесообразно применение так называемых локальных моделей, позволяющих обеспечивать достаточно высокую точность прогнозирования на основе использования набора локальных описаний исследуемого процесса в виде различных аппроксимаций

(М.И. Дли и соавт., 2000; В.А. Гимаров и соавт., 2004).

Обычно локальная модель может быть представлена в виде линейной разностной модели порядка (в большинстве случаев) не выше второго. Примером локальной модели может быть модель вида:

$$\hat{x}_{t+1} = c_0 \hat{x}_t + c_1 \hat{x}_{t-1} + \dots + c_n \hat{x}_{t-n}. \quad (2)$$

Коэффициенты $c_0 \div c_n$ данной (локальной) модели находятся на основе метода «М ближайших узлов» – т.е. с использованием данных M , ближайших в смысле расстояния приведенных наборов значений (число M предполагается заданным, $M \geq n+1$), на базе стандартной процедуры метода наименьших квадратов (М.И. Дли, В.В. Круглов, 2001).

На практике прогнозирование экономических процессов часто осложняется непостоянством поступления информации, пропусками и недостоверностью данных. Это вызвано нерегулярностью проводимых исследований рынка, календарными эффектами, разной периодичностью предоставляемых органами статистики показателей, сложностью доступа к информации о деятельности конкурентов, запаздыванием отчетности от территориально распределенных торговых сетей, искажениями и утратой информации. В результате построение локальных моделей экономического процесса становится невозможным, так как существующие варианты данного метода предполагают равномерное поступление информации об исследуемом процессе.

В этом случае предлагается следующая модификация метода локальных описаний.

Пусть исследуемый экономический слу-

чайный процесс удовлетворяет стохастическому дифференциальному уравнению 1-го порядка:

$$\dot{x}(t) = -a \cdot x(t) + e(t), \quad (3)$$

где $a > 0$ – константа, $e(t)$ – процесс типа «белого шума» с математическим ожиданием m_e .

Пусть, далее, наблюдаемая выборка значений $\{x_i\}$ данного процесса образуется вследствие его нерегулярной фиксации, при этом диапазон изменения периода поступления информации задается неравенством:

$$T_{min} < T_i < T_{max}. \quad (4)$$

Сделаем допущение, что

$$T_{max} \ll \frac{1}{a}, \quad (5)$$

тогда достаточно корректным является следующий переход от непрерывной модели (3) к дискретной:

$$\frac{x_{i+1} - x_i}{T_i} = -a \cdot x_i + e_i, \quad (6)$$

где $x_i = x(t_i)$, $e_i = e(t_i)$, $T_i = t_{i+1} - t_i$.

Преобразуя (6), приходим к соотношению:

$$x_{i+1} = (1 - a \cdot T_i) \cdot x_i + T_i \cdot e_i. \quad (7)$$

Правая часть данного соотношения является, вообще говоря, нелинейной функцией трех переменных T_i , x_i и e_i , т.е.:

$$(1 - a \cdot T_i) \cdot x_i + T_i \cdot e_i = F(T_i, x_i, e_i). \quad (8)$$

Проведем линеаризацию этой функции в окрестностях базовой точки m_T , m_x , m_e . При этом получим:

$$F(T_i, x_i, e_i) \approx F(m_T, m_x, m_e) + \frac{\partial F}{\partial T_i} (T_i - m_T) + \frac{\partial F}{\partial x_i} (x_i - m_x) + \frac{\partial F}{\partial e_i} (e_i - m_e), \quad (9)$$

где частные производные берутся в указанной базовой точке.

Используя (7), (8) и выполнив соответствующие вычисления, получим

$$x_{i+1} \approx c_0 + c_1 T_i + c_2 x_i + e_i, \quad (10)$$

где $c_0 = -am_x m_T + m_T m_e = const$,
 $c_1 = -am_x + m_e = const$, $c_2 = 1 - am_T = const$.

В этом случае для прогноза значений процесса можно использовать локальную мо-

дель:

$$\hat{x}(t_{i+1}) = \hat{x}_{i+1} = \hat{c}_0 + \hat{c}_1 T_i + \hat{c}_2 x_i. \quad (11)$$

Оценки коэффициентов $\hat{c}_0 \div \hat{c}_2$ линеаризованного описания (11) можно найти, рассматривая T_i в качестве первого фактора, характеризующего исследуемый экономический процесс, а в качестве второго фактора – x_i .

Аналогично, если исходный непрерывный случайный процесс удовлетворяет дифференциальному стохастическому уравнению старого порядка вида:

$$\ddot{x}(t) = -a_1 \dot{x}(t) - a_2 x(t) + e(t),$$

то при замене производных разностями:

$$\dot{x}(t) \approx \frac{x_{i+1} - x_i}{T_i},$$

$$\ddot{x}(t) \approx \frac{1}{T_i} \left[\frac{x_{i+1} - x_i}{T_i} - \frac{x_i - x_{i-1}}{T_{i-1}} \right]$$

и выполнении далее преобразований, подобных вышерассмотренным, приходим к модели прогноза вида:

$$\hat{x}_{i+1} = \hat{c}_0 + \hat{c}_1 T_i + \hat{c}_2 T_{i-1} + \hat{c}_3 x_i + \hat{c}_4 x_{i-1}.$$

Аналогичные результаты можно получить для экономических процессов любой сложности, при этом априорной информации ни о совокупности $\{T_i\}$, ни о характеристиках процесса не требуется.

Отметим, что предложенная процедура может быть использована также при решении задачи восстановления пропусков в эконометрическом ряду.

ЛИТЕРАТУРА

Гимаров В.А.. Задачи распознавания нестационарных образов / В.А. Гимаров, М.И. Дли, В.В. Круглов // Известия РАН. Теория и системы управления. 2004. № 3. С. 13–16.

Дли М.И. Локально-аппроксимационные модели социально-экономических систем и процессов / М.И. Дли, В.В. Круглов, М.В. Осокин. М.: Наука; Физматлит, 2000.

Дли М.И. Идентификация динамических объектов методом локальной аппроксимации / М.И. Дли, В.В. Круглов // Известия РАН. Теория и системы управления. 2001. № 4. С. 21–26.

М.И. Дли, В.А. Долгов

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ВЕРТИКАЛЬНО ИНТЕГРИРОВАННЫХ НЕФТЯНЫХ КОМПАНИЙ

Показано, что в условиях финансово-экономической нестабильности развитие сферы информатизации вертикально интегрированных нефтяных компаний является одним из важнейших направлений их инновационной деятельности. Определены пути совершенствования используемых корпоративных информационных систем вертикально интегрированных нефтяных компаний.

Ключевые слова: нефтяные компании; информатизация; корпоративные информационные системы.

We show that in unstable financial and economic environment the development of information sphere in vertically integrated oil companies is one of the major directions of their innovation activity. Ways to improve existing corporate information systems of vertically integrated oil companies are defined.

Keywords: oil companies; information; corporate information systems.

В условиях мировой финансово-экономической нестабильности инновации становятся безальтернативным вариантом развития вертикально интегрированных нефтяных компаний (ВИНК), работающих на рынках сырой нефти и нефтепродуктов. Это обусловлено существенным падением чистого дохода нефтяных компаний, ориентированных на экспорт нефти. Несколько большую устойчивость к дестабилизирующим факторам внешней среды продемонстрировали нефтеперерабатывающие предприятия, т.к. даже в условиях кризиса рентабельность нефтепереработки в России осталась на достаточно высоком уровне (Ю. Когтев, 2008).

Определяя свою инновационную стратегию, ВИНК обычно учитывают следующие рыночные реалии.

Во-первых, несмотря на неблагоприятную рыночную ситуацию, в настоящее время имеется ряд предпосылок для развития именно сбытовых возможностей ВИНК. Это обусловлено сложившейся структурой конечной цены на бензин, в которой прибыль завода-производителя составляет 5–7%, а прибыль посредников – до 15%. Поэтому ВИНК обычно стремятся к формированию корпоративных вертикальных маркетинговых систем, охватывающих различные регионы (М.И. Дли, В.А. Долгов, 2005).

Во-вторых, формирование разветвленной сети филиалов и представительств, обеспечивающих реализацию функций различных звеньев логистической цепи «добыча сырой нефти – нефтепереработка – реализация нефтепродуктов» предполагает широкое

внедрение современных средств информатизации.

Как представляется, учет последнего обстоятельства позволяет выделить развитие сферы информатизации ВИНК как одно из важнейших направлений инновационной деятельности компаний данного вида. Понимание данной ситуации со стороны собственников и менеджмента основных отечественных ВИНК приводит к существенным инвестициям в сферу информатизации, связанным с созданием информационных интегрированных систем управления.

Например, ОАО «Лукойл» видит развитие интегрированной системы управления ключевой и первостепенной задачей. Даная система, реализованная с использованием самых современных технологий анализа и передачи информации, позволит обеспечить оперативное взаимодействие всех звеньев ВИНК, стандартизировать процессы и форматы трансфера информации между региональными сбытовыми предприятиями и корпоративным центром нефтяной компании. Даная система может использоваться при поддержке принятия управленческих решений менеджерами – собственниками бизнес-процессов в различных функциональных областях.

В основу построения интегрированной системы управления компанией закладываются единые принципы и унифицированные технологии обработки данных, которые позволят повысить качество управления в условиях территориальной распределенности производственно-сбытовых сетей ВИНК, а также обеспечить комплексный и оперативный ана-

лиз факторов внешней и внутренней среды на всех уровнях корпоративного управления компаний.

В настоящее время в некоторых ВИНК реализуется ряд инновационных проектов по формированию единого информационного пространства в рамках компании ВИНК в целом и по обеспечению автоматизированного управления сквозными бизнес-процессами. Результатами реализации указанных проектов являются (Официальный сайт «ЛУКОЙЛ-Информ»):

- создание автоматизированной информационной подсистемы анализа производственной информации (так называемая «аналитическая диспетчерская»), которая обеспечивает информационную поддержку основных бизнес-процессов во всех звеньях логистической цепи ВИНК;
- внедрение единой системы управленческого учета и инвестиционного планирования, доступ к ресурсам которой имеют все предприятия региональных сбытовых сетей;
- применение системы электронного документооборота, реализующей утвержденные унифицированные процедуры согласования и сопровождения документов, в том числе с использованием электронно-цифровой подписи;
- создание и поддержка корпоративного информационного портала ВИНК как систе-

мы управления знаниями, позволяющей аккумулировать опыт и знания сотрудников компании, а также обеспечивать доступ к современным отраслевым инновационным решениям.

На рисунке показана структура интегрированной системы управления ОАО «ЛУКОЙЛ».

В тоже время, инновационный характер преобразования и развития используемых информационных систем и процедур управления информационными потоками определяет необходимость обеспечения реализации ими ряда дополнительных функций.

1. Специфика работы на региональных рынках нефтепродуктов позволяет накапливать опыт и знания сотрудников с последующим распространением в других каналах сбыта нефтепродуктов инновационных решений (особенно плохо поддающихся формализации). При этом информационная система может выполнять функции обучения, инструктажа, проверки знаний и аттестации сотрудников в регионах. Это позволит значительно сократить издержки, связанные с данными процедурами.

2. Необходимость включения в состав интегрированной системы менеджмента качества ВИНК описания и формализации бизнес-



Структура интегрированной системы управления ОАО «Лукойл»

процессов во всех звеньях логистической цепи, включая процессы управления информацией. При этом необходимо учитывать основные положения Федерального закона «О техническом регулировании» и требования международных стандартов менеджмента качества.

3. Реализация в полном объеме функций контроллинга, включая контроллинг инновационных процессов (М.И. Дли и соавт., 2009).

4. Извлечение и накопление информации об открытых инновациях в каждом звене логистической цепи.

Очевидно, что функции согласования работы распределенных информационных ресурсов должны выполняться на корпоративном уровне.

Реализация данных процедур потребует создания дополнительных каналов связи и серверных накопителей между сетевыми подразделениями в регионах при координации, формировании распределенных баз данных с переносом части процедур анализа на региональный уровень.

Как показывает оценка, данные направления информатизации вертикально интегрированных нефтяных компаний не сопряжены со значительными финансовыми затратами, т.к. большинство описанных процедур может быть реализовано на основе имеющихся аппаратных средств.

ЛИТЕРАТУРА

Дли М.И. Пути расширения региональной сбытовой сети крупных нефтяных компаний / М.И. Дли, В.А. Долгов // Нефть, газ, бизнес. 2005. № 8. С. 64–66.

Дли М.И. Контроллинг локальных инноваций авиастроительного предприятия / М.И. Дли, Т.В. Какатунова, Ю.Я. Литвинчук // Контроллинг. 2009. № 2 (30). С. 32–36.

Когтев Ю. Год ЛУКОЙЛа / Ю. Когтев // Эксперт. 2008. 26 декабря. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [<http://rusenergy.com>]

Официальный сайт «ЛУКОЙЛ-Информ». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lukoil-inform.ru>

В.А. Драбенко

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

Рассматриваются некоторые важные принципы разработки эффективной деловой стратегии управления в условиях повышенной конкуренции.

Ключевые слова: *тип деловой стратегии; инновационная стратегия управления; предпринимательская структура; конкурентные преимущества; эффективность управления.*

We consider certain key principles for developing an effective business management strategy in competitive environment.

Keywords: *type of business strategy; innovation management strategy; entrepreneurial structure; competitive advantage; management efficiency.*

Для проведения целостной и эффективной деловой стратегии организация должна добиться баланса между сотрудничеством и конкуренцией по всей цепочке взаимоотношений (с поставщиками, заказчиками и др.), а также интегрировать сотрудничество и конкуренцию таким путем, который исключил бы возможность конфликта между партнерами (И.К. Ансофф, 2003; И. Ансофф, 1989).

На практике часто используется смешанная стратегия, а не стратегии конкуренции или сотрудничества в чистом виде. Например, знаменитая система партнерских отношений между головной фирмой и сетью поставщиков в Японии (keiretsu – вертикальная), как правило, отождествляется с тесной кооперацией партнеров, достигаемой благодаря координации производственной и иной деятельности головной компании и ее поставщиков. О значении партнеров для деятельности основных компаний свидетельствует, например, то, что на них приходится более 60% поставок комплектующих для «Toyota» и около 90% – для «Canon».

В то же время, в рамках keiretsu поддерживается жесткая конкуренция. Большинство японских фирм стремятся избежать зависимости поставок от единственного поставщика, даже если тот принадлежит к группе сотрудничающих компаний. Так, в японской автомобильной промышленности доля комплектующих, поставленных из единственного источника, составляет всего 12,1% по сравнению с 69% – в США. Головная фирма покупает, например, 50% комплектующих у основного поставщика, 30% – у второго, 20% – у третьего (Дж. Грейсон, К. О’Делл, 1991).

Рассмотрим проблему выбора преобладающего типа инновационной стратегии. Каждая крупная компания может приобретать новые технологии, во-первых, покупая их у

других компаний (стратегия конкуренции), во-вторых, участвуя в стратегических альянсах (стратегия сотрудничества) и, в-третьих, создавая их в самой организации (стратегия опоры на собственные силы). Поэтому на практике фирмы проводят смешанные стратегии, в которых определенным образом могут соотноситься три названных типа стратегии. Соотношение стратегий конкуренции и сотрудничества, а также опоры на собственные силы при разработке и внедрении новых технологий зависит от характера инноваций, которые могут быть автономными (локальными) и общесистемными.

Автономная и системная инновации различаются выбором типа стратегии. При наличии у поставщиков автономных технологий, необходимых данной компании, последней следует проводить конкурентную стратегию. В случае, когда необходимая данной организации автономная технология не создана, целесообразно проведение стратегии сотрудничества с другими организациями или собственная разработка указанной инновации.

В противном случае организация может столкнуться со многими рисками, связанными с тем, что эти автономные или системные инновации будут введены другими компаниями-конкурентами. К данным рискам, в частности, относятся:

- риск потери возможности влиять на развитие данной технологии;

- риск потери возможности разработать свою технологию и представить ее на рынок в определяемые конкуренцией оптимальные сроки;

- в случае, если технологии являются системными, а у компании нет контроля над ними, невозможно продвинуть родственные с ними технологии, требующиеся для достижения цели (Р. Джансон и соавт., 1972; В.М. Ко-

рабельников, 2001).

Высказанные соображения свидетельствуют о нецелесообразности для фирмы строить стратегию на ожидании появления в будущем на рынке необходимых технологий. При наличии за пределами данной фирмы требующихся для нее системных технологий преобладающим типом стратегии должна стать стратегия сотрудничества с обладающими наибольшими возможностями поставщиками. Благодаря использованию этой стратегии возможности фирмы по управлению будущей системной инновацией возрастут. В тех случаях, когда компания имеет собственные возможности для продвижения технологий, она должна заниматься этим сама.

Проблемы проведения согласованной смешанной стратегии многократно возрастают для диверсифицированной организации, в составе которой выделяют стратегические хозяйственные подразделения.

Таким образом, широко распространенные модели конкурентной стратегии и теория М. Портера, ставшая парадигмой для определения конкурентной стратегии фирмы, становятся недостаточными для стратегических действий организаций в области инноваций (Р. Джансон и соавт., 1972).

Разработка другой стороны стратегии бизнеса – стратегии сотрудничества – обусловлена объективными условиями развития внешней и внутренней среды фирмы. Однако проведение только конкурентной стратегии или только стратегии сотрудничества ограничивает возможности выбора фирмой инструментария управления. По мере роста числа организаций, использующих новые комбинации сочетаний конкуренции и сотрудничества, необходимость разработки смешанной стратегии становится все более важной для успеха фирмы.

Традиционно инновационная стратегия любой фирмы определяется двумя основными составляющими: экономической позицией фирмы и, прежде всего, объемом и характером ресурсов, а также рыночными позициями и общехозяйственной стратегией. На основе этих двух агрегированных факторов может быть сформирован классификатор инновационных стратегий, позволяющий анализировать их «совокупный портфель» и осуществлять выбор.

Важнейшим фактором, определяющими инновационную стратегию, также является жизненный цикл отрасли. «Эволюция отрасли оказывает серьезное воздействие на организацию НИОКР. Изменения стратегий должны отражаться в отборе проектов, распределении ресурсов и наборе кадров. Поскольку переход от стадии к стадии занимает в отрасли десятилетия, эти изменения стратегии НИОКР часто упускаются из виду. Поэтому все еще можно встретить компании, направляющие

свои усилия в первую очередь на наступательную стратегию в условиях, когда отрасль уже достигла зрелости, хотя вероятность успешного радикального нововведения крайне низка» (Р.А. Фатхутдинов, 2000).

В современных экономических условиях конкуренция является источником развития как отдельных социально-экономических систем, так и национальных экономик в целом.

Мировая практика показывает, что конкуренция является главным механизмом развития рыночной экономики и общества. Она является движущей силой развития общества, главным инструментом экономии ресурсов, повышения качества продукции и уровня жизни населения.

Конкуренция представляет собой экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между выступающими на рынке предпринимательскими структурами в целях удовлетворения разнообразных потребностей покупателей, обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции и получения наибольшей прибыли. Конкуренция является важнейшим элементом рыночного механизма, но ее формы могут быть разными в разнообразных рыночных ситуациях (И. Ансофф, 1989).

Все многообразие конкурентных взаимоотношений можно с определенной долей вероятности разделить на три уровня: микроуровень – конкретные виды продукции, производства, предпринимательские структуры; мезоуровень – это отрасли, корпоративные объединения хозяйствующих субъектов; макроуровень – народнохозяйственные комплексы, страна в целом.

На каждом из этих уровней используются специфические подходы и методы, свои наборы показателей.

Все предпринимательские структуры действуют в конкретной рыночной среде, но не всем удается достигать поставленных целей. Способность предпринимательской структуры добиваться своих целей в условиях рынка, на котором с аналогичными целями действуют другие предпринимательские структуры, характеризуется понятием «конкурентоспособность».

Конкурентные условия на различных рынках не бывают одинаковыми, в то же время процессы соперничества на них аналогичны настолько, что можно использовать общую аналитическую схему для определения природы и интенсивности конкурентных сил.

В любой отрасли экономики суть конкуренции выражается пятью силами: угрозой появления новых конкурентов; способностью поставщиков торговаться, способностью покупателей торговаться, угрозой появления товаров и услуг-заменителей; соперничеством между имеющимися конкурентами. Значение каждой из пяти сил меняется от отрасли к от-

расли, но в целом они предопределяют, в конечном счете, прибыльность отраслей, потому что влияют на цены, которые могут диктовать предпринимательские структуры, на расходы, которые им приходится нести, а равно и на размеры капиталовложений (Р. Базелл и соавт., 1993).

В тех отраслях, где действия этих сил складывается благоприятно, многочисленные конкуренты могут получать высокие прибыли от вложенного капитала. В тех же отраслях, где одна или несколько сил действуют неблагоприятно, очень немногим предпринимательским структурам удается долгое время сохранять высокие прибыли. Появление новых конкурентов значительно снижает потенциальную прибыль в той или иной отрасли. Это связано с тем, что конкуренты привлекают новые производственные мощности и могут занять определенную долю рынка сбыта, тем самым снижая позиционную прибыль. Поэтому, чтобы сохранить конкурентоспособность, приходится нести расходы на рекламу, организацию сбыта, НИОКР.

Конкретные значения каждой из пяти сил – в данной отрасли и в данное конкретное время – определяются конкретной структурой бизнеса, то есть тем ситуационным сочетанием ключевых экономических, технологических и других факторов, характеризующих текущую конъюнктуру в данном бизнесе.

Механизм трансформации как способ преобразования источников конкурентных преимуществ в конкурентные преимущества и конкурентоспособность осуществляется в рамках системы хозяйствующего субъекта. Поскольку субъекты хозяйствуют в условиях конкурентного рынка, фактор времени имеет важное значение при определении лидером наиболее успешных способов трансформации. Повышается роль динамики создания номенклатуры развитых факторов производства и других источников конкурентных преимуществ, необходимых для изготовления наиболее эффективной конкурентоспособной продукции. Проведенные исследования подтверждают объективность следующей цепи причинно-следственных связей: источники конкурентных преимуществ \Rightarrow конкурентные преимущества \Rightarrow конкурентоспособные товары \Rightarrow состояние конкурентоспособности предпринимательской структуры.

Источниками конкурентных преимуществ являются исходные факторы, способствующие разрешению противоречия конкурентных отношений в пользу их обладателя, что сопровождается обретением им конкурентных преимуществ, укреплением конкурентных позиций и получением прибыли, превышающей среднеотраслевой уровень (Р.А. Фатхутдинов, 2000).

Источники конкурентных преимуществ представляют собой необходимую предпо-

сылку обретения хозяйствующим субъектом конкурентного преимущества, а через конкурентоспособность своих товаров обретения состояния конкурентоспособности.

Достижение экономическим субъектом конкурентоспособного положения на рынке предполагает выбор формы конкурентного преимущества на основе имеющихся источников и снятия противоречий с конкурентами. Если источники конкурентных преимуществ трансформируются в конкурентные преимущества, то противоречия с конкурентами разрешаются в пользу экономического субъекта. Следствием этого является эффективность проводимой стратегии и его выгодное конкурентное положение. Если же противоречия с конкурентами не разрешаются, то происходит поиск новых источников конкурентных преимуществ. Если компании не удалось найти новые источники конкурентных преимуществ, противоречия разрешаются в пользу конкурента, что приводит к потере конкурентоспособности и жизнеспособности экономического субъекта.

Любая предпринимательская структура имеет определенный, обычно только ей присущий набор источников конкурентных преимуществ. К ним могут относиться: уровень производительности труда, квалификация производственного, технического, коммерческого персонала, качество и технический уровень производимых изделий, управленческое мастерство, стратегическое мышление на различных уровнях управления и другие.

Для достижения и сохранения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта, трансформации его источников конкурентных преимуществ в конкурентоспособный продукт следует обеспечить условия стабильного развития потребителей и поставщиков источников конкурентных преимуществ.

Организация или предпринимательская структура имеет значительное конкурентное преимущество, если ее качество работы с клиентами выше, чем у конкурентов, и она в состоянии противодействовать влиянию конкурентных сил. Существует множество способов достижения конкурентного преимущества: оказывать услуги высокого качества и производить высококачественную продукцию, предлагать более низкие цены, чем у конкурентов, организовать отличное обслуживание клиентов, иметь собственную технологию, обеспечивать разработку и внедрение нового продукта в более короткие сроки, иметь удобное географическое расположение, иметь известную торговую марку (бренд) и хорошую репутацию. При этом чтобы преуспеть в создании конкурентного преимущества, организация должна предлагать покупателям то, что они считают наиболее приемлемым для себя, – хороший товар по низкой цене или товар улучшенного качества, но чуть

дороже. Своевременное выявление источников конкурентных преимуществ и управление ими является основой будущего успеха любого предприятия. Для целенаправленного управления конкурентоспособностью необходимо провести систематизацию конкурентных преимуществ.

Конкретную рыночную позицию предпринимательской структуры определяет ее конкурентное преимущество. В конечном счете, предпринимательские структуры обходят своих соперников, если имеют конкурентное преимущество.

Конкурентное преимущество предпринимательской структуры, если опираться на исследования М. Портера, делится на два основных вида (Р. Джансон и соавт., 1972): более низкие издержки; дифференциация товаров.

Низкие издержки отражают способность предпринимательской структуры разрабатывать, выпускать и продавать сравнимый товар с меньшими затратами, чем конкуренты. Продавая товар по такой же цене, что и конкуренты, предпринимательская структура получает большую прибыль.

Дифференциация – это способность обеспечить покупателя уникальной и большей ценностью в виде нового качества товара, особых потребительских свойств или послепродажного обслуживания. Дифференциация позволяет предпринимательской структуре диктовать высокие цены, что при равных с конкурентами издержках опять-таки дает большую прибыль.

Конкурентное преимущество любого типа дает более высокую продуктивность, чем у конкурентов. Предпринимательская структура с низкой себестоимостью продукции производит данную стоимость с меньшими затратами, чем конкуренты; у предпринимательской структуры с дифференцированной продукцией прибыль с единицы продукции выше, чем у конкурентов.

Понятие «конкурентные преимущества», можно представить как функциональное выражение, зависящее от совокупности системных характеристик:

$$P = f\{A, B, C, D, E, F\}, \quad (1)$$

где А – характеристики исходных составляющих, к которым относятся элементы системы конкурентных преимуществ и факторы, влияющие на наличие конкурентных преимуществ у экономического субъекта; В – описание характерных свойств сочетаний исходных составляющих; С – описание системообразующих свойств отношений и связей между исходными образованиями, определяющих их взаимодействие и соединенность; D – характеристика интегративного качества образования, полученного в результате организации отношений и связей на множестве исходных элементов; Е – характеристика,

определяющая развитие конкурентных преимуществ; F – дополнительные характеристики, определяющие границы существования системы конкурентных преимуществ, то есть ограничительные условия, которые следует учитывать при достижении цели обладания конкурентными преимуществами. Приведенное выражение соответствует полной форме понятия конкурентных преимуществ и ориентировано на использование максимального набора признаков описания их системы (Р. Джансон и соавт., 1972).

Конкурентное преимущество достигается всякий раз, когда предпринимательская структура сумела закрепиться на рынке или рыночной нише, получая ценовые преимущества или достигая меньшего уровня издержек, чем конкуренты. Конкурентное преимущество представляет собой следствие более выгодной рыночной позиции в определенном сегменте (Р. Базелл и соавт., 1993; Р. Джансон и соавт., 1972).

Если предпринимательская структура не обладает конкурентными преимуществами, она теряет долю рынка, и, чтобы удержать ее, будет вынуждена снизить цены, увеличить выделяемые средства на повышение качества продукции, провести переоценку запросов потребителей и преимуществ конкурентов.

Процесс создания и потери конкурентного преимущества выглядит следующим образом. Вслед за периодом создания наступает период извлечения выгод, в течение которого предпринимательская структура пожинает плоды своего конкурентного преимущества. Продолжительность этого периода зависит от того, сколько времени потребуются конкурентам для принятия ответных мер для ликвидации образовавшегося преимущества. Этот период определяет важное для предпринимательской структуры время, когда она может получать прибыли, превышающие средние по отрасли, и возвращать инвестиции, вложенные в создание преимущества. Любое конкурентное преимущество в будущем может быть ликвидировано в результате действия грамотных и обладающих ресурсами конкурентов. Для устойчивого удержания конкурентного преимущества предпринимательская структура всегда должна находиться на шаг впереди от конкурентов за счет реализации одного стратегического хода за другим в целях улучшения своей рыночной позиции (В.М. Корабельников, 2001).

Первый фактор определяется источником преимущества. Существует целая иерархия конкурентных преимуществ с точки зрения их удерживаемости. Преимущества низкого ранга (например, дешевая рабочая сила, сырье) довольно легко могут получить и конкуренты. Они могут скопировать эти преимущества, найдя другой источник дешевой рабочей силы или сырья, или же свести их на нет, приобре-

тая ресурсы там же, где и лидер. К преимуществам низкого уровня относят также преимущество, не связанное с большим масштабом производства.

К преимуществам более высокого порядка относятся: патентованная технология, дифференциация на основе уникальных товаров или услуг, репутация фирмы, основанная на усиленной маркетинговой деятельности. Эти преимущества можно удерживать длительное время, но они связаны со значительными инвестициями и риском.

Преимущества на основе уровня издержек, как правило, не так стабильны, как на основе дифференциации. Одна из причин этого состоит в том, что любой новый источник снижения затрат может лишить фирму преимущества по части расходов. Так, если рабочая сила дешева, можно обойти предпринимательскую структуру с гораздо более высокой производительностью труда, в то время как в случае с дифференциацией, чтобы обойти конкурента, нужно предлагать такой же набор товаров, если не больше. Кроме того, преимущества на основе затрат уязвимы еще и потому, что появление новых товаров или другие формы дифференциации могут уничтожить преимущество, полученное при производстве старых товаров.

Второй фактор удержания преимущества определяется количеством имеющихся у предпринимательской структуры явных источников конкурентного преимущества перед конкурентами. Предпринимательские структуры, долгие годы удерживающие лидерство, стремятся обеспечить себе как можно больше преимуществ во всех звеньях цепочки ценностей (В.М. Корабельников, 2001).

Третий и самый важный фактор – постоянная модернизация технологического процесса. Чтобы сохранить преимущество, нельзя стоять на месте: фирма должна создавать новые преимущества с той же скоростью, с какой конкуренты могут копировать имеющиеся.

Поэтому, для того чтобы удержать конкурентное преимущество, необходимо расширять набор его источников, а также переходить к преимуществам более высокого порядка.

Конкурентные преимущества обеспечивают возможность жизнедеятельности предпринимательской структуры, получение прибыли и возможность экономического роста. Для получения более полного представления о возможностях предпринимательской структуры в решении проблем повышения конкурентоспособности необходимо исследовать состояние инновационной и инвестиционной деятельности по улучшению технико-технологического уровня производства, а также развитие менеджмента качества.

Критерием конкурентоспособности мо-

жет служить наличие у производителя таких факторов производства, которые используются с лучшей, чем у других конкурентов производительностью и эффективностью. Высока вероятность повышения конкурентоспособности предпринимательской структуры за счет снижения себестоимости и за счет повышения технического и технологического уровня производства. В современных рыночных условиях низкая производительность труда включает в себе угрозу конкурентоспособности (Р.А. Фатхутдинов, 2000).

Категории конкурентоспособности товара и конкурентоспособности предпринимательской структуры взаимосвязаны. Предпринимательская структура не может быть конкурентоспособной, если выпускаемый товар не имеет сбыта. Но конкурентоспособность товара не является единственным фактором в обеспечении конкурентоспособности предпринимательской структуры.

По своей структуре конкурентоспособность предпринимательской структуры значительно сложнее конкурентоспособности товара, поскольку объект ее приложения – вся производственно-экономическая деятельность предпринимательской структуры.

Данные категории конкурентоспособности имеют ряд существенных отличий. Во-первых, конкурентоспособность товара оценивается и исследуется во временном интервале, соответствующем жизненному циклу товара. Исследование конкурентоспособности предпринимательской структуры предполагает более длительный отрезок времени, соответствующий периоду функционирования предпринимательской структуры.

Во-вторых, конкурентоспособность продукции рассматривается применительно к каждому ее виду, а конкурентоспособность предпринимательской структуры охватывает всю номенклатуру выпускаемой продукции.

И, в-третьих, анализ уровня конкурентоспособности предпринимательской структуры осуществляется им самим, а конкурентоспособность товара оценивается в большей степени потребителем.

Фактически именно рынок проверяет любой товар на степень удовлетворения общественных потребностей: каждый клиент приобретает именно ту услугу или товар, которые максимально удовлетворяют его личные потребности. Таким образом, конкурентоспособность услуги или товара – это комплекс потребительских и ценовых характеристик услуги или товара, определяющих их успех на рынке, то есть преимущество именно данного товара или услуги над другими аналогичными товарами и услугами, предлагаемыми конкурентами (Р. Базелл и соавт., 1993; Дж. Грейсон, А. О’Делл, 1991).

Конкурентоспособность товара или услуги, на наш взгляд, является решающим факто-

ром их коммерческого успеха на рынке. Понятие конкурентоспособности имеет много аспектов, отражающих соответствие товара или услуги условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным и экономическим характеристикам, но и по коммерческим условиям их реализации (например, сроки поставки или качество сервиса). Также важной составной частью конкурентоспособности товара является уровень затрат потребителя за время его эксплуатации.

Таким образом, под конкурентоспособностью услуги или товара понимается комплекс их потребительских, качественных и ценовых характеристик, определяющих успех на внутреннем и на внешнем рынках. Конкурентоспособность товара и услуги можно определить только в сравнении с аналогичными конкурирующими товарами и услугами. С помощью соответствующей оценки соотношения цены и качества конкретной продукции можно установить, какой из видов продукции предпочтительнее для потребителя.

Оценка конкурентоспособности товара проводится также и по другим параметрам, связанным с особенностями производства и потребления конкретного вида продукции. Принимаются во внимание условия поставки (время, форма платежа, вид транспортировки и прочие), а также наличие и эффективность обслуживания при продаже товаров и последующем его использовании (Р. Джансон и соавт., 1972).

Оценка конкурентоспособности может охватывать как конкретные товары, так и товарные группы. Она может вестись и в разрезе сопоставления затрат в связи с использованием предпринимательскими структурами различных технологических процессов при производстве товаров и услуг и доведении их

до потребителей.

Конкурентоспособность товара находится в прямой зависимости от факторов, главными из которых являются издержки производства, производительность и интенсивность труда, которые влияют на цену и качество изделий. А для обеспечения конкурентоспособности любой услуги необходимо, по крайней мере, эффективно управлять факторами, условиями и причинами, определяющими качество данной услуги.

ЛИТЕРАТУРА

Ансофф И.К. Новая корпоративная стратегия / И.К. Ансофф. СПб.: Питер, 2003. 356 с.

Ансофф И. Стратегическое управление: сокр. пер. с англ. / И. Ансофф; науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. М.: Экономика, 1989. 512 с.

Базелл Р. Информация и риск в маркетинге: пер. с англ. / Р. Базелл, Д. Кокс, Р. Браун; под ред. М.Р. Ефимовой. М.: Финстатинформ, 1993.

Грейсон Дж. Американский менеджмент на пороге XXI века: пер. с англ. / Дж. Грейсон, К. О'Делл. М.: Экономика, 1991. 319 с.

Джансон Р. Системы и руководства / Р. Джансон, Ф. Каст, Д. Розенцвейг. М.: Советское Радио, 1972. 648 с.

Корабельников В.М. Стратегия предпринимательства / В.М. Корабельников. СПб.: Изд-во СПбГИЭУ, 2001. 145 с.

Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. 2-е изд. / Р.А. Фатхутдинов. М.: ЗАО «Бизнес-школа "Интел-Синтез"», 2000. 615 с.

Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. М.: ИНФРА-М, 2000. 312 с.

В.Ф. Егоров, М.Б. Яненко

СТРАТЕГИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В ТОРГОВОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Рассматриваются методологические подходы по формированию инновационной стратегии развития и конкурентных преимуществ в торговом предпринимательстве. Проанализировано влияние информационных и компьютерных технологий (ИКТ) на сферу торговли, показана их роль как источника инновационных процессов в предпринимательской деятельности, сформулированы перспективы развития ИКТ в торговых предприятиях.

Ключевые слова: экономическое развитие; конкуренция; инновационная стратегия; информационные и компьютерные технологии; торговое предпринимательство.

Methodological approaches of creating innovative development strategy and competitive advantage in commercial business are researched. We analyze the influence of information and computer technologies on commercial sphere and show their role as a source of innovation processes in entrepreneurship. We also look at the prospects of ICT development in commerce.

Keywords: economic development; competition; innovation strategy; information and computer technologies; commercial business.

Падение показателей экономического развития государства, снижение доходов граждан, рост инфляции, несовершенство кредитных отношений, а вследствие этого слабая социальная защищённость и ухудшение общественных настроений влекут за собой снижение потребительского спроса. Данные факторы, в условиях уже сформировавшихся за последнее десятилетие локальных рынков, неизменно ведут к снижению прибылей компаний, ухудшению качества товаров и услуг и даже уходу с рынка многих предпринимателей.

В связи с этим особую актуальность на данном этапе экономического развития приобретает достижение и развитие конкурентоспособности предпринимательских структур. В контексте современного экономического развития, характеризующегося замедлением экономического роста, увеличением числа безработных, ухудшением общественных настроений и снижением покупательской способности граждан, важны инновационные решения в развитии предпринимательства.

Формирование конкурентных преимуществ компаний, основанных на инновациях, актуально не только с позиций увеличения прибыли, но и как процесс непрерывного развития хозяйствующих субъектов, способствующих эволюции рыночных отношений, улучшению качества жизни, культуры потребления, оптимизации потребностей общества и формированию определённого стиля жизни. Необходимость реализации инновационных стратегий возрастает с учётом кризиса экономической системы и порождаемого им

роста недобросовестной конкуренции и снижения качества продукции со стороны предпринимателей с целью сохранения доходов.

Негативные тенденции, повлиявшие на развитие всей национальной системы предпринимательства, в значительной степени затронули и российский рынок торговых предприятий. Данный рынок играет значительную роль во всей национальной экономике. Крупные объёмы инвестиций в отечественный ритейл, обеспечение значительной доли ВВП, влияние на развитие кредитных отношений, связь со многими сферами хозяйствования, нормативно-правовое регулирование – всё это подтверждает уникальность торговли в системе экономических отношений.

Между торговыми предприятиями отмечается усиление конкурентной борьбы, как между собой, так и с проникающими на российский рынок иностранными розничными торговыми сетями, обладающими значительным опытом организации торговли на мировых рынках. С целью сохранения своих позиций необходимы эффективные инновационные стратегии развития. Формирование инновационных стратегий развития в торговом предпринимательстве является основой деятельности фирмы, её экономической эффективности.

Формирование и выделение стратегий инновационного развития торговли как одного из доминирующих направлений воздействия на долгосрочный экономический рост, по мнению авторов, приводит к необходимости формирования особых стратегий, которые в процессе своей реализации ориентируют

отечественный ритейл на достижение высокого уровня результативности финансово-инвестиционной и научно-инновационной деятельности.

Инновационное развитие отрасли в существенной мере зависит от уровня инновационных изменений на мировом рынке, от предпринимательских действий субъектов управления торговых предприятий, уровня конкурентоспособности, объемов получаемой прибыли в процессе реализации инновационной стратегии.

По мнению ряда специалистов, одной из наиболее эффективных инновационных стратегий развития в торговом предпринимательстве является развитие и внедрение информационного обеспечения отрасли.

По образному выражению Билла Гейтса, современное предприятие должно обладать «электронной нервной системой», позволяющей мгновенно анализировать и реагировать на требования рынка. Она строится на основе современных ИКТ, являющихся незаменимым средством взаимодействия субъектов рынка, инструментом ведения бизнеса, применяемым для осуществления большинства бизнес-процессов компаний (Б. Гейтс, 2001).

Традиционно под термином «информационные технологии» понимается совокупность программно-технических средств вычислительной техники, а также приемов, способов и методов их применения для выполнения функций сбора, хранения, обработки, передачи и использования информации в конкретных предметных областях. Понятие информационных технологий включает большое количество составляющих: аппаратные платформы, операционные системы, языки программирования и средства разработки приложений, сетевые технологии, базы данных и мн. др. (И.В. Успенский, 2003).

В основе появления и развития инновационных стратегий внедрения ИКТ в торговом предпринимательстве лежит несколько составляющих, способствующих успешному ведению бизнеса:

1) создание компьютерных систем, обеспечивших автоматизацию бизнес-процессов торговой компании;

2) распространение глобальной компьютерной сети Интернет, систем мобильной связи;

3) развитие маркетинга взаимодействия и реализация его принципов в CRM-системах.

В результате происходит переход от многостраничного и произвольного описания деятельности торговых предприятий к формализованному описанию процессов, разработке технических требований и алгоритмов обработки информации при принятии управленческих решений, необходимых для их реализации в виде информационных и компьютерных технологий.

Особенностью деятельности предпринимательских структур в ритейле является то, что для решения целого ряда задач на целевом рынке обычно используется комплекс маркетинговых инструментов (маркетинг-микс) (Ф. Котлер, 2003). Одним из инновационных направлений для предприятий сферы торговли становится переход от комплекса маркетинга «4Р» к интегрированному комплексу, обозначаемому как «8Р» и включающему наряду с традиционно рассматриваемыми инструментами «4Р» (продукт, цена, место, продвижение), такие как технологический процесс предоставления услуги, в частности, торговой услуги, производительность и качество, персонал, материальные свидетельства (Интеграция бизнеса и образования..., 2009). Использование ИКТ при принятии управленческих решений по названным направлениям предпринимательской деятельности способствует существенному снижению издержек и повышению конкурентоспособности деятельности торгового предприятия.

Среди основных направлений инновационного развития в торговом предпринимательстве в посткризисный период следует выделить следующие.

Во-первых, при формировании продукта в условиях бурного развития ИКТ необходимо тщательно анализировать, каким образом компьютерные технологии повлияют на традиционное торговое предпринимательство, а также, какие новые возможности открываются для расширения бизнеса. В частности, новые технологии позволяют уменьшить негативное воздействие свойств торговой услуги («5Н» – неразрывность производства и потребления услуги, неосязаемость, непостоянство качества, несохраняемость и др.) на реализацию услуг, открывают дополнительные возможности дифференциации стратегий в сфере услуг торговых предприятий.

Во-вторых, наряду с известными особенностями воздействия ИКТ на ценовую политику следует выделить инновационные подходы. Они сконцентрированы, прежде всего, вокруг возможностей применения ИКТ для изучения и учета индивидуальных особенностей покупателя, оценки ценностей клиента.

В-третьих, необходимо учитывать, что современные ИКТ позволяют взаимодействовать с клиентом в любом месте и в любое время. Поэтому элемент комплекса маркетинга «Место» целесообразно заменить на элемент «Место, киберпространство и время», подчеркивающий, что торговая услуга может предоставляться в том месте и в то время, когда это удобно клиенту. При этом возникают цепочки инноваций в бизнес-процессах компании.

В-четвертых, инновации в продвижении торгового предпринимательства чаще всего связывают с применением Интернет-техноло-

гий (создание сайта компании, Интернет-бренда и т.п.). Вместе с тем продвижение, стимулирование сбыта в торговом бизнесе может стать источником инновационных решений более высокого уровня, благодаря проводимым исследованиям по созданию виртуальной реальности и виртуальных миров.

В-пятых, неразрывность процессов оказания и потребления торговых услуг заставляет внедрять основанные на ИКТ инновации в процессы предоставления услуг в торговом предпринимательстве, организацию взаимодействия персонала с покупателем, формирование физического окружения услуги.

Перечисленные направления инноваций в торговом бизнесе под воздействием ИКТ не могут рассматриваться изолированно. Планируя внедрение информационных и компьютерных технологий в предпринимательскую деятельность, следует учитывать возникающие цепочки инноваций. Например, новая информационная услуга, оказываемая в сфере торговли, может привести к изменениям в ценовой политике, продвижении, организации торговли и т.п.

Важным источником развития инновационных стратегий в торговом бизнесе становится использование ИКТ для реализации принципов интеграции с поставщиками, посредниками и т.п. как методологической основы построения современных компьютерных систем управления предприятием (ERP, CRM, BI, OLAP и др.). При этом одной из основных

задач в торговом предпринимательстве становится формирование Системы управления информацией (СУИ), включающей не только систему сбора и обработки информации о рынке, но и систему планирования и формирования информационного воздействия на целевые рынки покупателей в интересах предприятия.

Таким образом, развитие и внедрение ИКТ в торговом бизнесе обеспечивает не только успешное преодоление последствий экономического кризиса, но и получение фирмой существенных конкурентных преимуществ в инновационной посткризисной экономике.

ЛИТЕРАТУРА

Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли / Б. Гейтс. М.: Эксмо-Пресс, 2001.

Интеграция бизнеса и образования в процессе инновационного развития подготовки кадров: колл. монография. СПб.: Изд-во СПбГУЭСЭ, 2009. 287 с.

Котлер Ф. Маркетинг – менеджмент / Ф. Котлер. СПб.: Питер Ком, 2003. 896 с.

Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия / К. Лавлок. М.: Изд. дом «Вильямс», 2005. 1008 с.

Успенский И.В. Интернет-маркетинг: учебник / И.В. Успенский. СПб.: Изд-во СПГУЭФ, 2003. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m80>.

И.А. Жилкин

АГЕНТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ АЛГОРИТМ ОПТИМИЗАЦИИ СТРУКТУРЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЖЕЛЕЗОБЕТОННЫХ ИЗДЕЛИЙ

Определены основные направления развития системы распределения предприятий, осуществляющих выпуск железобетонных изделий. Предложен «алгоритм муравьиной колонии» для поиска оптимальных маршрутов доставки продукции с учетом нестабильности спроса. Показано, что в результате использования указанного алгоритма достигается построение оптимальной схемы поставок с наименьшими затратами на перевозку.

Ключевые слова: система распределения; выбор маршрута доставки; каналы сбыта; строительные материалы.

We define main directions of distribution system development for concrete product plants. We offer an «ant colony algorithm» to ensure optimal delivery routes taking into consideration volatile demand. We prove that the algorithm in question results in creating optimal supply scheme with minimal transportation costs.

Keywords: distribution system; choice of delivery route; sales channels; construction materials.

Строительный комплекс является одной из важнейших составляющих российской экономики, эффективное функционирование которого обеспечивается деятельностью предприятий строительных материалов. Известно, что цены на материалы для строительных организаций, включающие существенную транспортную составляющую, связанную с доставкой, разгрузочно-погрузочными работами и временным хранением продукции, в значительной степени определяют себестоимость возводимых объектов. С учетом неравномерности развития и территориального распределения строительного комплекса РФ перед предприятиями строительных материалов возникает задача выбора оптимального маршрута доставки продукции на локальные рынки, часто характеризующиеся незначительным и нестабильным объемом спроса. В первую очередь это относится к предприятиям, осуществляющим выпуск строительных железобетонных изделий (ЖБИ), которые в результате воздействия на рынок коммерческой и некоммерческой недвижимости последствий спада в экономике 2008 г. получили возможность более успешно конкурировать по цене со строительными материалами других типов. В этой связи возрастает роль сбытовой деятельности предприятий ЖКХ и реализующей ее системы распределения (дистрибуции), решающих, в первую очередь, такие основные задачи, как планирование и управление запасами в точках промежуточного складирования, а также организация процесса транспортировки.

Нестабильность спроса на продукцию ЖБИ, сложную сеть маршрутов перевозок, высокую степень износа транспортных средств, необходимость точного планирования объемов выпуска продукции определяет целесообразность применения математических и инструментальных методов экономики для построения, использования и поддержки принятия решений по управлению системой распределения моделей, позволяющих осуществлять выбор рационального объема производства и маршрутов доставки ЖБИ.

Задача оптимизации структуры системы распределения ЖБИ является частным случаем более общей проблемы маршрутизации. Задача построения оптимальной системы распределения ЖБИ является частным случаем задачи маршрутизации, отличающейся специальным набором ограничений и критериев. Как и любая задача маршрутизации, рассматриваемая задача сводится к оптимизационной задаче на графе. Поэтому математическую модель можно представить как полный взвешенный граф $G = (V, E)$, где вершины представлены как $V = \{v_0, v_1, \dots, v_n\}$, а дуги как $E = \{e_0, e_1, \dots, e_n\}$. Транспортная база, являющаяся началом и концом каждого маршрута, представлена вершиной v_0 , остальные вершины представляют клиентов, а также промежуточные узлы (склады, перевалочные пункты, дилеров и пр.). Для каждой дуги (i, j) задана стоимость перевозки, а для каждого клиента задан ожидаемый спрос и соответ-

ствующая ему вероятность, задана грузоподъёмность каждого транспорта.

Используя подобную модель, задачу оптимизации структуры распределения железобетонных изделий можно описать формально как задачу минимизации некоторого функционала, описывающего полную стоимость расходов на транспортировку ЖБИ

$$TC = \min \sum_i \sum_j \left(\int T_i(l, S_j) dl + \sum_k c_k \right),$$

при условиях

$$\left\{ \begin{array}{l} \sum_{S_j} m_{S_j} < k \cdot m_{\max}^{T_i}, k = 1, 2, 3, \dots \\ (w_{S_j} < w_{\max}) \wedge (l_{S_j} < l_{\max}) \wedge (h_{S_j} < h_{\max}), \\ \sum_k t_k < t_{\max}, \\ \sum t_{il} \geq \frac{a_i}{n} \sum_{i=1}^n \sum_l t_{il}. \end{array} \right.$$

где $\{T_i\}$ – множество типов транспортных средств, $i = 1 \dots n$; $\{S_j\}$ – сортамент ЖБИ, $j = 1 \dots m$, причем $T_i(l, S_j)$ – стоимость перевозки j -го типа ЖБИ как функция от расстояния; c_k – стоимость k -й перевалки; $m_{\max}^{T_i}$ – максимальная грузоподъемность транспортного средства T_i типа; m_{S_j} – масса j -го типа ЖБИ; $w_{S_j}, l_{S_j}, h_{S_j}$ – габариты j -го типа ЖБИ; $\sum_l t_{il}$ – общее время эксплуатации i -го транспортного средства; a_i – константа, характеризующая степень загруженности i -го транспортного средства (0÷1).

Для поиска оптимальной системы распределения ЖБИ предлагается агентно-ориентированный алгоритм, который использует адаптированную схему метаэвристики муравьиных колоний. Муравей – это программный агент, который является членом большой колонии, он снабжается набором простых правил, которые позволяют ему выбирать путь в некотором графе. Каждому муравью соответствует список табу (запрета), содержащий перечень узлов, которые муравей посетил (А.А. Образцов, С.В. Панченко, 2008; Yu Bin, 2009; M. Dorigo et al., 1996).

Размер «колонии муравьев» определяется исходя из количества типов транспортных средств, иными словами, каждому типу транспорта ставится в соответствие один муравей в колонии. Таким образом, при поиске оптимальной системы распределения ЖБИ с использованием «муравьиных» алгоритмов можно выделить следующие шаги агентно-ориентированного алгоритма оптимизации системы распределения ЖБИ:

Шаг 1. Установка начального значения феромона, представляющего собой весовой (рейтинговый) коэффициент приоритетной

прокладки локального маршрута муравьем, для всех ребер графа возможных маршрутов. Начальное значение феромона τ_0 определяет некоторую начальную конфигурацию системы распределения. Предложено выбирать значение начальной концентрации феромона из следующего выражения (M. Dorigo et al., 1996).

$$\tau_0 = \frac{\sum_{(i,j) \in G} d(i,j)}{\min_{(i,j) \in G} d(i,j)},$$

где $d(i, j)$ – расстояние между i -м и j -м узлами (точками разгрузки); G – граф маршрутов.

Моделирование показало, что такое приближение в большинстве случаев дает хорошие результаты по сходимости алгоритма.

Шаг 2. Осуществление пошаговой прокладки маршрутов с использованием набора эвристических правил, определяющих поведение муравья как «программного агента».

В начале выполнения данного шага в узел графа, соответствующий базе, помещаются все «муравьи колонии», которые движутся к клиентам, прокладывая множество маршрутов. Достигнув клиента, с заданной степенью вероятности возможно несколько ситуаций: спрос соответствует ожиданиям, ниже или выше ожидаемого значения. В соответствии с ситуацией муравей отправляется к другому клиенту или возвращается на базу. Множество муравьев образуют колонию, которая подчиняется определенным поведенческим правилам, определяемым составленным нами набором продукционных правил маршрутизации (ППМ): ППМ-1 – выбор направления прокладки локальной трассы из i -ой в j -ю вершину графа маршрутов; ППМ-2 – разгрузка товара; ППМ-3 – возвращение на базу; ППМ-4 – смена транспортного средства.

ППМ-1: «ЕСЛИ (смежная вершина j не принадлежит списку табу $T^{(m)}$) И (величина $[\tau_{i,j}]^\alpha \cdot [\eta_{i,j}^{(m)}]^\beta$ максимальна для всего множества допустимых направлений), ТО (выбрать ребро (i, j) и добавить вершину j в $T^{(m)}$)».

Формализованная запись ППМ-1 имеет вид

$$\{(i, j) \mid \exists(i, j), j \notin T^{(m)}, [\tau_{i,j}]^\alpha \cdot [\eta_{i,j}^{(m)}]^\beta \rightarrow \max\},$$

где $\tau_{i,j}$ – концентрация феромона на ребре (i, j) графа маршрутов; $\eta_{i,j}^{(m)}$ – переменная, отражающая прямое взаимодействие муравьев (определяет движение муравьев навстречу друг другу); $T^{(m)}$ – список табу муравья m , состоящий из вершин, в которых муравей m уже побывал; α, β – эмпирические константы, определяющие вклад переменных $\tau_{i,j}, \eta_{i,j}^{(m)}$ в выбор следующего узла для прокладки маршрута.

рута.

Величина $\eta_{i,j}^{(m)}$ определяется по следующей эмпирической формуле

$$\eta_{i,j}^{(m)} = \frac{1}{d(i,j) + \gamma \cdot \psi_j^{(m)}},$$

где $d(i,j)$ — расстояние между узлами i и j ; γ — некоторая константа; $\psi_j^{(m)}$ — расстояние от узла j до базы; $\psi_j^{(m)} = \min_k \{d(j,0)\}$.

Указанные эмпирические формулы реализует «жадный» подход для выбора муравьем следующего узла на графе маршрутов вместо вероятностного подхода, реализованного в типовой схеме метаэвристики муравьиных колоний. Использование элемента «жадности» позволило значительно увеличить производительность алгоритма, но в некоторых случаях привело к незначительному ухудшению результата.

ППМ-2:

а) «ЕСЛИ $(\zeta_i \leq p_i^{(k)})$ И $(Q^{(m)(k)} > 0)$ И $(Q_i^{(k)} \geq Q^{(m)(k)})$, ТО $(P_i^{(k)} = c^{(k)} Q^{(m)(k)})$ И $(Q^{(m)(k)} = 0)$ »;

б) «ЕСЛИ $(\zeta_i \leq p_i^{(k)})$ И $(Q^{(m)(k)} > 0)$ И $(Q_i^{(k)} < Q^{(m)(k)})$, ТО $(P_i^{(k)} = c^{(k)} Q_i^{(k)})$ И $(Q^{(m)(k)} = Q^{(m)(k)} - Q_i^{(k)})$ »;

в) «ЕСЛИ $(\zeta_i > p_i^{(k)})$ И $(Q^{(m)(k)} > 0)$ И $(\frac{\zeta_i - p_i^{(k)}}{1 - p_i^{(k)}} Q_i^{(k)} \geq Q^{(m)(k)})$, ТО $(P_i^{(k)} = c^{(k)} Q^{(m)(k)})$ И $(Q^{(m)(k)} = 0)$ »;

г) «ЕСЛИ $(\zeta_i > p_i^{(k)})$ И $(Q^{(m)(k)} > 0)$ И $(\frac{\zeta_i - p_i^{(k)}}{1 - p_i^{(k)}} Q_i^{(k)} < Q^{(m)(k)})$, ТО

$(P_i^{(k)} = \frac{\zeta_i - p_i^{(k)}}{1 - p_i^{(k)}} c^{(k)} Q_i^{(k)})$ И

$(Q^{(m)(k)} = Q^{(m)(k)} - \frac{\zeta_i - p_i^{(k)}}{1 - p_i^{(k)}} Q_i^{(k)})$ »;

где ζ_i — случайная величина в интервале $[0, 1]$; $p_i^{(k)}$ — вероятность спроса заданного количества k -го типа ЖБИ в узле i ; $Q_i^{(k)}$ — спрос k -го типа ЖБИ в i -м узле; $Q^{(m)(k)}$ — количество k -го типа ЖБИ у «муравья» m ; $P_i^{(k)}$ — прибыль, полученная «муравьем» m от продажи k -го типа ЖБИ в узле i ; $c^{(k)}$ — стоимость k -го типа ЖБИ.

Правило ППМ-2 применяется для каждого типа ЖБИ в каждом узле, который посетил «муравей». Данное правило позволяет учесть случайный характер спроса у потребителей.

ППМ-3: «ЕСЛИ (смежная вершина j не принадлежит списку табу $T^{(m)}$) И $(\psi_j^{(m)} + d(i,j) > \psi_i^{(m)} + P_j)$, ТО («муравей»

перемещается на базу)».

Формализованная запись ППМ-3 имеет вид

$$\{(i,0) | \forall (i,j), j \notin T^{(m)}, \psi_j^{(m)} + d(i,j) > \psi_i^{(m)} + P_j\},$$

где P_j — прибыль, которая может быть получена «муравьем» от продажи товара в узле j .

ППМ-4: «ЕСЛИ (смежная вершина j не принадлежит списку табу $T^{(m)}$) И $(2 \cdot c_k + d^*(i,j) < d(i,j))$, ТО (производится смена транспорта)»;

где c_k — стоимость перевалки; $d^*(i,j)$ — стоимость перевозки из узла i в узел j после смены транспортного средства; $d^*(i,j)$ — стоимость перевозки из узла i в узел j без смены транспортного средства.

Муравей совершает движение до тех пор, пока не посетит все узлы, после этого движение начинается второй муравей и т.д. После того как все муравьи в колонии проложат свои маршруты, необходимо осуществить процедуру обновления феромонов на всех ребрах с учетом опыта всех муравьев колонии.

Шаг 3. Обновление концентрации феромонов на всех ребрах графа маршрутов по следующему правилу в типовой схеме метаэвристики муравьиных колоний

$$\tau_{i,j} = (1 - \rho) \cdot \tau_{i,j} + \rho \cdot \Delta \tau_{i,j}, \quad (1)$$

где $\tau_{i,j}$ — переменная, определяющая скорость испарения феромона ($0 \leq \rho \leq 1$); $\Delta \tau_{i,j}$ — приращение концентрации феромонов на очередной итерации алгоритма определяется по известной формуле

$$\Delta \tau_{i,j} = \begin{cases} \frac{Q}{\cos t(S_i)} & \text{если } (i,j) \in S_i, \\ 0 & \text{иначе.} \end{cases} \quad (2)$$

где Q — некоторая константа; $\cos t(S_i)$ — стоимость полученной конфигурации маршрута.

Как видно из (1) и (2), маршрут с меньшей стоимостью характеризуется более высокой концентрацией феромона, а с большей стоимостью — более низкой концентрацией. В начале работы алгоритма у каждого ребра графа есть шанс быть выбранным. Чтобы постепенно удалить грани, которые входят в худшие решения, ко всем граням применяется процедура испарения феромона.

Шаг 4. Повторение шага 2 и 3, пока результат распределения продукции по маршрутам не перестанет изменяться.

После того как произошло обновление концентрации на всех ребрах графа, алгоритм запускается повторно. Список табу для каждого муравья очищается. Таким образом, концентрация феромона на ребрах графа, которые входят в лучшее решение, постепенно возрастает, а на других убывает. По мере того как муравьи делают все новые и новые проходы, все больше и больше муравьев выби-

рают пути движения, формирующие систему распределения с наименьшей стоимостью, а остальные пути пустеют.

Таким образом, в результате использования указанного алгоритма достигается построение оптимальной схемы поставок ЖБИ с наименьшими затратами на перевозку.

ЛИТЕРАТУРА

Образцов А.А. Оптимальная трассировка трубопроводов химико-технологических производств / А.А. Образцов, С.В. Панченко // Автоматизация и современные технологии. 2008. № 10. С. 33–39.

Yu Bin. An improved ant colony optimiza-

tion for vehicle routing problem / Yu Bin, Yang Zhong-Zhen, Yao Baozhen // European Journal of Operational Research. 2009. № 196. P. 171–176.

Dorigo M. The Ant System: Optimization by a colony of cooperating agents / M. Dorigo, V. Maniezzo, A. Coloni // IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics Part B: Cybernetics. 1996. Vol. 26. № 1. P. 29–41.

Dorigo M. Ant Colony Systems: A Cooperative Learning Approach to the Traveling Salesman Problem / M. Dorigo, L.M. Gambardella // IEEE Transactions on Evolutionary Computation. 1997. № 1(1). P. 53–66.

А.Е. Карвонен

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МЕЛКОТОВАРНОГО СЕКТОРА В АПК РОССИИ

Рассмотрена существующая система формирования экономической информации в сфере АПК, качество информационного обеспечения и его влияние на государственное управление отраслью.

Ключевые слова: сельское хозяйство; государственное регулирование; информационное обеспечение; мелкотоварное производство.

We research the present system of generating economic information in agro-industrial sphere and look at quality of information support and its impact on public administration of the industry.

Keywords: agriculture; government regulation; information support; small-scale commodity production.

Сельское хозяйство и агропромышленный комплекс в целом представляют собой сложную, взаимосвязанную и достаточно громоздкую систему, центральной осью которой является сельское хозяйство. Несмотря на то, что в последнее время проблема развития АПК России рассматривается на всех уровнях государственной власти; несмотря на все финансовые средства, которые выделяются для финансирования отрасли из всех уровней бюджетов; несмотря на действующую Национальную программу развития АПК, результаты работы аграрного производства, на наш взгляд, оставляют желать лучшего. И причиной такого несоответствия во многом являются не всегда верные управленческие решения на уровне соответствующих органов государственной власти, которые, в свою очередь, возникают в результате неправильного представления общей картины работы отрасли, ее секторов, подотраслей и отдельных экономических субъектов.

Залогом успеха любого управленческого решения, на любом уровне всегда является качественная информация и ее анализ. Достоверности результатов анализа и правильности итоговых выводов можно добиться только в случае использования своевременно подготовленных и полных данных, качество которых не подлежит сомнению.

Основным источником экономической информации всегда служили данные, истоки которых лежат в первичном учете.

В настоящее время достоверные показатели работы каждого экономического субъекта формируются в системе учета, выходными данными которого пользуются работники управленческого аппарата самого предприя-

тия, органы государственной власти, неограниченный круг внешних пользователей, заинтересованный в такой информации. При этом регистрация данных осуществляется при помощи первичных документов, которые составляются либо непосредственно в момент совершения хозяйственной операции, либо сразу после этого. Затем данные первичного учета, исходя из действующих норм и требований, установленных государством и деловой практикой, или исходя из потребностей внутренних пользователей, группируются в показатели, необходимые для принятия соответствующих решений на уровне разных групп пользователей.

Качество и полнота данных экономических субъектов во многом зависят от заинтересованности и ответственности исполнителя. Эта зависимость, а точнее, незаинтересованность пользователей информации в ее качестве, создает следующие проблемы:

1. Крупные и средние предприятия АПК ведут полноценный бухгалтерский учет. Они заинтересованы в предоставлении достоверных показателей в Налоговую службу, во избежание проблем, связанных с финансовыми санкциями за нарушение налогового законодательства, и в отраслевые органы управления – для получения финансовой поддержки из бюджетов всех уровней. Достоверность показателей для органов Росстата не контролируется, поэтому качество такой информации низкое. Предоставляют отчетность и соответствующие расчеты в органы управления отраслью для получения государственной поддержки.

2. Субъекты малого бизнеса АПК можно разделить на три группы:

● Крестьянские фермерские хозяйства (КФХ) – должны отчитываться в органы Росстата, но, по причине незаинтересованности в этом, не всегда предоставляют формы статистической отчетности. Так как КФХ являются субъектами налогообложения, они обязаны отчитываться в налоговую службу. В случае непредоставления или предоставления недостоверных налоговых деклараций глава КФХ несет ответственность в соответствии НК РФ. Большая часть этих субъектов экономики являются малоодоходными, поэтому санкции со стороны налоговой службы им практически не вменяются. Таким образом, вести учет (а именно он является основанием для формирования отчетности и декларация) для КФХ не представляется важным. КФХ являются бюджетополучателями государственной поддержки отрасли, для чего предоставляют соответствующую информацию в органы государственного управления.

● Личные подсобные хозяйства (ЛПХ) – не формируют никакой отчетности и учет не ведут. Статистический учет по этой группе субъектов малого предпринимательства ведется органами муниципальной власти в форме Подомовых книг и предоставляется органам Росстата централизованно. Налоги, связанные с сельскохозяйственной деятельностью, ЛПХ также не платят. Исключением являются имущественные налоги: земельный, транспортный и налог на имущество физических лиц, которые кроме учета землепользования не предполагают сбора каких-либо показателей, позволяющих учитывать предпринимательскую активность этих субъектов экономики. В соответствии с Национальной программой развития АПК личные подсобные хозяйства могут получать льготные кредиты на осуществление своей деятельности, в связи с чем они предоставляют в отраслевые ведомства соответствующие документы и расчеты.

● Садоводства – не ведут учет производства и реализации сельскохозяйственной продукции.

● Субъекты мелкого предпринимательства в сфере обслуживания, снабжения, сбыта и переработки. Обязаны отчитываться в органы Росстата и Налоговую службу, как и все остальные субъекты малого бизнеса. Как правило, статистические данные формируются некачественно. Так же заинтересованы в предоставлении необходимых данных для органов государственного регулирования отрасли с целью получения льготных кредитов.

Выходные данные учетной системы каждого экономического субъекта, в свою очередь, служат основанием для формирования макроэкономических показателей.

Макроэкономические показатели формируются органами государственной власти. В частности, в сфере АПК есть три основных

организации, которые являются потребителями информации, формируемыми непосредственно каждым субъектом экономики:

1. Росстат, в том числе территориальные органы государственной статистики. Информация, подготавливаемая Росстатом и подразделениями, должна являться основным источником информации во всех сферах жизнедеятельности общества и экономики в том числе.

2. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации и региональные органы управления отраслью. Основная задача этих органов государственной и региональных органов власти – государственное управление в области сельского хозяйства, в том числе государственная поддержка экономики отрасли. В каждом из районов области так же существуют отделы (специалисты), занимающиеся проблемами сельского хозяйства.

3. Министерство по налогам и сборам Российской Федерации, как фискальный государственный орган. В регионе это – Управление Федеральной налоговой службы.

Каждый из вышеперечисленных органов выполняет свою функцию и, соответственно, формирует нужную им информацию. При этом, главная роль в этом списке отводится системе органов Росстата, так как им вменяется именно функция формирования данных для управления государством (регионами и муниципальными образованиями). Этот источник действительно обладает наиболее полной информацией, которая предоставляется всем заинтересованным пользователям, участвующим в решении вопросов государственного управления, но доступ остальных пользователей к нему ограничен и является, в большинстве своем, платным. Кроме проблем доступности статистической информации существует еще проблема ее низкого качества, которая во многом складывается из двух составляющих:

а) непредставление данных о своей деятельности от хозяйствующих субъектов или низкое качество предоставляемой информации, о чем уже было изложено выше;

б) существующая в органах Росстата система сбора и обработки информации. Здесь проблема заключается в некорректности форм статистической отчетности и в обработке информации способом досчета фактических данных, полученных от крупных и средних сельскохозяйственных предприятий, а также показателей в целом по отрасли. То есть в этом случае данные по субъектам малого предпринимательства и маленьким сельскохозяйственным предприятиям в отчетности Росстата являются не фактическими, а досчитанными.

Органы государственной власти, отвечающие за отраслевое регулирование агропромышленного комплекса, в своей работе используют как данные Росстата, так и данные,

сформированные собственными силами: свод отчетности сельскохозяйственных предприятий, зоотехнический, ветеринарный учет, расчеты и справки, предоставленные в целях обеспечения бюджетного финансирования. Как правило, данные, сформированные по линии Минсельхоза России, являются наиболее полными, достоверными и детальными, но, так как они являются государственной тайной, использование их в научных и других целях затруднительно. Необходимо сказать, что достоверная информация о предпринимательской активности в сфере АПК накапливается именно в органах государственного регулирования отрасли. Это связано с субсидированием части процентной ставки за пользование кредитными ресурсами коммерческих банков, которые привлекаются в ЛПХ и КФХ. Фактически, из огромного количества зарегистрированных крестьянских фермерских хозяйств и личных подворий, только активные хозяйства, осуществляющие предпринимательскую деятельность, претендуют на получение кредитов и бюджетного финансирования по этой статье государственной поддержки. Статистический же учет количества КФХ и ЛПХ, который основывается на регистрационных данных и данных сельскохозяйственной переписи 2006 года, учитывает все имеющиеся хозяйства, часть из которых не работают, часть – не производят товарной продукции. Кроме того, существует проблема

«трансформации», т.е. часто, исходя из локальных интересов (налоги, финансирование, технологии и т.д.), главы фермерских хозяйств представляют свое хозяйство как личное подсобное.

Учет, который ведется управлениями Налоговой службы, фиксирует КФХ как налогоплательщиков. ЛПХ и их доходы не контролируются.

Таким образом, необходимо констатировать, что информационное обеспечение исследований в сфере предпринимательства АПК является недостаточным и мало достоверным. Если информация, касающаяся деятельности сельскохозяйственных предприятия и предоставляемая на уровне регионов органами статистики и отраслевого регулирования, относительно полная и достоверная, то информация о деятельности субъектов малого предпринимательства в сфере АПК крайне мало и достоверность этой информации можно подвергнуть большому сомнению.

ЛИТЕРАТУРА

Серова Е.В. Аграрная экономика / Е.В. Серова. М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 1999.

Черняков Б.А. Американское фермерство: XXI век / Б.А. Черняков. М. Художественная литература, 2002.

Официальный сайт МСХ РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.mcx.ru

М.В. Козлова

ОСОБЕННОСТИ И АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Рассмотрены результаты анализа ретроспективных данных по основным социально-экономическим показателям развития Северо-Западного федерального округа.

Ключевые слова: социально-экономические показатели; динамика развития; федеральный округ.

We research the results of the analysis of the retrospective data concerning the key socio-economic aspects of the Northwestern Federal District's development.

Keywords: socio-economic activities; development dynamics; federal district.

Экономические преобразования 2000–2007 годов привели к возникновению новых социально-экономических условий. Современную национальную экономику характеризуют процессы трансформации экономического устройства народного хозяйства, связанные с появлением конкурентных механизмов оздоровления экономики и укреплением национальной валюты на фоне вовлечения в процесс мировой глобализации.

Важнейшим фактором реформирования развития экономики выступает пересмотр технологий внешнего и внутреннего регулирования социально-экономических процессов, протекающих на уровне региона, с целью нивелирования отрицательных эффектов влияния внешней среды, сглаживания издержек реализации государственной стратегии экономического развития народного хозяйства.

Проблема разработки стратегии экономического роста региона выступает в качестве одной из важнейших задач на пути обеспечения стабильности экономического положения в народном хозяйстве, роста благосостояния граждан, усиления процессов межрегиональной интеграции в рамках общей концепции социально-экономического развития.

Важнейшим положением, обуславливающим важность исследований в области социально-экономического развития административно-территориального образования, непосредственно примыкающего к проблеме обеспечения экономической устойчивости народного хозяйства, является анализ внутренних и внешних факторов влияния, как в производственной, так и в социальной сферах.

В советский период федеральная политика в отношении регионов строилась на основе выравнивания социально-экономического развития регионов, что было обусловлено рядом обстоятельств. Региональная организация

Российской Федерации во многом сформировалась в эпоху плановой индустриализации, когда регионы рассматривались как совокупность географически сопряженных производственно-технологических площадок, совместно обеспечивающих сбалансированность и самодостаточность экономики, ее динамичный рост. В силу этого региональное развитие страны осуществлялось как плановое размещение на территории производительных сил. В 1990-е годы данная региональная политика исчерпала себя, и Россия вступила на путь масштабной реорганизации, в ходе которой произошли процессы трансформации экономических и пространственных систем территориально-экономических образований Российской Федерации.

Вследствие произошедших изменений возник целый ряд новых социальных, экономических и политико-правовых проблем, отразившихся на устойчивости социально-экономической ситуации в отдельных российских территориях и в целом всей региональной организации страны, что привело к необходимости принятия «Концепции стратегии социально-экономического развития регионов Российской Федерации», подготовленной в соответствии с приоритетами деятельности Правительства Российской Федерации.

С 2001 года аппарат полномочного представителя президента Российской Федерации в Северо-Западном федеральном округе совместно с группой ученых институтов Российской академии наук, научно-исследовательских институтов, политиков и специалистов-практиков Северо-Запада России, а также при активной поддержке и участии представителей администраций 11 субъектов Российской Федерации, приступил к разработке документа «Основные направления стратегии социально-экономического развития Северо-

Западного федерального округа Российской Федерации на период до 2015 года» (С.Д. Воронцова и соавт., 2003).

После анализа всех замечаний и предложений, внесенных в проект в последующие годы, в 2005 году вышла в свет шестая редакция Стратегии, учитывающая все реалии и особенности социально-экономического положения Северо-Западного федерального округа, а также национальной и мировой экономики в целом.

Рассматривая динамику основных социально-экономических показателей развития Северо-Западного федерального округа (см. таблицу), следует отметить как положительные, так и отрицательные тенденции. В анализируемый период наблюдалось существенное сокращение численности населения, обусловленное высокой смертностью граждан и низкой продолжительностью жизни. Так, в период с 1995 по 2007 годы численность населения Северо-Западного федерального округа сократилась на 1249 тыс. чел., что составляет 8,5%. Однако в 2007 году показатель естественной убыли был минимальным, начиная с 1995 года, и составил 0,4%. Это свидетельствует о положительных изменениях демографической ситуации, которым способствовали правительственные меры, направленные на снижение уровня смертности и повышение уровня рождаемости.

Показатель среднегодовой численности занятых в экономике Северо-Западного федерального округа (СЗФО) в течение 1995–2000 годов сократился на 136,2 тыс. чел., что составляет 2,1%, с 2000 по 2007 год увеличился на 244,6 тыс. чел. (3,7%). Численность безработных была равна 801 тыс. чел. в 1995 году и 323 тыс. чел. в 2007 году (сокращение на 59,7%).

Динамика изменения среднедушевых денежных доходов населения в указанный период свидетельствует об увеличении в 5,85 раза, а расходов – в 5,6 раза. Тенденция опережающего роста доходов по сравнению с расходами характеризует рост сбережений граждан и, следовательно, нестабильность экономической ситуации в анализируемом федеральном округе.

Среднемесячная заработная плата в течение рассматриваемого периода росла более высокими темпами, чем денежные доходы граждан, увеличившись в 2007 году в 6 раз по сравнению с 2000 годом. Темпы роста заработной платы также были выше, чем у среднего размера назначенных месячных пенсий (в 4,7 раза), и выше, чем у валового регионального продукта на душу населения (в 5,1 раза). Приведенные данные позволяют утверждать, что в рассматриваемый период значительно улучшилось экономическое положение работающего населения, тогда как уровень жизни пенсионеров, вследствие недостаточно

эффективной системы пенсионного обеспечения, рос более медленными темпами.

Валовой региональный продукт (ВРП) Северо-Западного федерального округа имел тенденцию к росту. Если в 2000 году его объем составлял 578504,7 млн. руб., то в 2007 году – уже 2788330,6 млн. руб. (увеличение в 4,8 раза). В тот же период времени ВРП СЗФО на душу населения вырос в 5,1 раза и составил 206527,7 руб. в 2007 году по сравнению с 40564,9 руб. в 2000 году. В целом степень участия регионов СЗФО в формировании валового внутреннего продукта Российской Федерации стабильна и составляет около 10%. При этом основной вклад в создание ВРП СЗФО вносят обрабатывающие производства (23,7%), торговля (16,4%), транспорт и связь (13,9%) (Регионы России..., 2008).

Следует также отметить рост инвестиций в основной капитал в 2007 году по сравнению с 2000 годом в 6,8 раза как положительную тенденцию социально-экономического развития Северо-Западного федерального округа. В результате отношение объема инвестиций к ВРП возросло с 20% в 2000 году до 29% в 2007 году, что является предпосылкой модернизации основных фондов субъектов федерации СЗФО. Структура инвестиций в основной капитал в 2007 году свидетельствует о наибольших вложениях в здания и сооружения – 48,8%, в машины, оборудование, транспортные средства – 37,8% (Регионы России..., 2008). При этом инвестиции в развитие транспорта составили 217609,5 млн. руб., в обрабатывающие производства – 114065,9 млн. руб., в добычу полезных ископаемых – 90917 млн. руб., в операции с недвижимым имуществом – 72324,2 млн. руб. В то же время степень износа основных фондов, снизившись с 42,2% в 2000 году, имеет в 2008 году достаточно высокий показатель – 39,4% (4-е место, занимаемое в Российской Федерации), а удельный вес полностью изношенных основных фондов на конец 2007 года составил 10,7% (Регионы России..., 2008). Однако в анализируемый период объем инвестиций в расчете на душу населения в СЗФО неуклонно повышался, превосходя средние показатели по Российской Федерации и составляя 59450 руб. в 2007 году (43033 руб. в Российской Федерации), что соответствует 3-му месту в Российской Федерации.

Динамика изменений социально-экономических показателей в течение 1995–2007 годов свидетельствуют об устойчивом, сохраняющем позитивные тенденции, развитии экономики СЗФО, с темпами роста выше, чем в целом по России. Вместе с тем, сложившаяся региональная организация народного хозяйства пока не в полной мере обеспечивает воспроизводство и капитализацию ключевого актива страны – человеческих ресурсов. В силу этого региональное развитие сталкивает-

**Динамика основных социально-экономических показателей развития
Северо-Западного федерального округа в 1995–2007 годах**

Показатель	Годы								
	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Численность населения, тыс. чел.	14750	14199	14073	13948	13832	13731	13628	13550	13501
Естественный прирост населения, %.	-0,8	-0,9	-0,9	-0,9	-0,8	-0,7	-0,7	-0,6	-0,4
Среднегодовая численность занятых в экономике, тыс. чел.	6745,8	6609,6	6628,6	6659,5	6689,9	6713,8	6737,9	6801,1	6854,2
Численность безработных, тыс. чел.	801	710	557	460	516	444	416	379	323
Среднедушевые денежные доходы населения, руб. в месяц	565	2269	3084	4011	5404	6938	9045	10970	13282
Среднедушевые денежные расходы населения, руб. в месяц	409	1619	2203	2826	3459	4517	5836	7209	8986
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата, руб.	528,9	2531,5	3655,1	5067,9	6143,7	7518,1	9487,2	11851,3	15256,1
Средний размер назначенных месячных пенсий, руб.	264,2	886,3	1235,0	1605,3	1913,1	2260,3	2828,4	3205,5	4210,5
Валовой региональный продукт, млн. руб.	139148,7	578504,7	709025,1	886843,2	1091026,5	1474882	1799780,2	2168428,2	2788330,6
на душу населения, руб.	9397,7	40564,9	50157,8	63297,1	78547,1	107020,0	131566,1	159570,7	206527,7
Индекс физического объема ВРП, в %	-	109,7	104,8	108,6	107,1	108,5	106,6	107,7	-
Оборот розничной торговли, млн. руб.	58484	212612	283980	349209	411327	527488	674300	821300	1018518
Объем платных услуг населению, млн. руб.	12638	58468	81430	111753	147688	195499	250966	307871	379730
Инвестиции в основной капитал, млн. руб.	24156	116663	168114	199102	285159	359562	483265	651271	804096
на душу населения, руб.	1631	8180	11893	14211	20530	26090	35327	47926	59450
Степень износа основных фондов, в %	-	42,2	43,7	45,4	50,3	41,6	42,6	41,5	40,1
Индексы потребительских цен, в %	231,6	121,0	118,3	114,6	113,2	112,3	111,2	109,5	112,6

Примечание. Таблица составлена на основе данных Федеральной службы государственной статистики (Регионы России..., 2008). Данные приведены на конец соответствующего года. До 2000 года доходы, расходы, заработная плата населения, валовой региональный продукт на душу населения, инвестиции в основной капитал на душу населения приведены в тыс. руб.; валовой региональный продукт, оборот розничной торговли, объем платных услуг, инвестиции в основной капитал – в млрд. руб.

ся с целым комплексом социальных (демографических, квалификационных, этнокультурных) проблем.

Таким образом, на этапе трансформации национальной экономики с целью повышения результативности текущего функционирования и развития народнохозяйственного комплекса Российской Федерации, а также административно-территориальных образований необходимы: системный подход, обеспечивающий взаимодействие хозяйствующих субъектов различных отраслей экономики; определение стратегических общенациональных приоритетов, максимальное включение широкого спектра механизмов региональной поли-

тики для реализации долгосрочных программ и стратегий.

ЛИТЕРАТУРА

Воронцова С.Д. Основные направления стратегии социально-экономического развития Северо-Западного федерального округа Российской Федерации на период до 2015 года. 5-я редакция / С.Д. Воронцова, М.Н. Григорьев, С.М. Климов, Е.Г. Слуцкий, Л.П. Совершаева, Е.В. Хазова, А.М. Ходачек. СПб., 2003.

Регионы России. Социально-экономические показатели – 2008: стат. сб. / Росстат. М., 2008.

М.В. Салина

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ИННОВАЦИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ НА ПРИМЕРЕ БРОКЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рассматриваются подходы к понятию и развитию деятельности кредитной организации как элемента «финансового супермаркета» в современных условиях, которые могут быть использованы при формировании стратегий развития брокерской деятельности на базе коммерческого банка, и принципы их практической реализации.

Ключевые слова: инновации; коммерческий банк; финансовый супермаркет; кредитный специалист, клиент.

We research approaches to the concept and the development of a lending organization's activity as an element of «a financial supermarket» in modern environment which can be used to shape development strategies of broker's activity on the basis of a commercial bank and look at the principles of their implementation.

Keywords: innovations; commercial bank; financial supermarket; credit expert; client.

В настоящее время особую актуальность приобретает вопрос о переходе на новую инновационную фазу развития экономических систем различного уровня. Следовательно, деятельность по разработке и внедрению инноваций становится одним из ключевых факторов развития. Коммерческие банки, как отдельно выделенная структура, для поддержания своей конкурентоспособности, а также для дополнительного развития и совершенствования постоянно нуждаются в определении новейших инновационных подходов. Одним из таких подходов является деятельность коммерческого банка как финансового брокера.

Сам по себе финансовый брокер – это еще больший «супермаркет» финансовых услуг, чем банк. Именно брокерская компания имеет в своем арсенале знания не только о разных финансовых продуктах, но и готова подобрать для клиента наиболее оптимального поставщика конкретного продукта, будь то банк, страховая или лизинговая компания. Понятие «супермаркет» довольно быстро прижилось в нашем обиходе, но до недавнего времени оно существовало лишь в сфере бытовых потребностей, т.е. продуктов питания и хозяйственных товаров, представляя собой удобный формат магазина. Несомненное преимущество финансового супермаркета – полнота информации обо всем многообразии возможностей, которые есть сегодня в мире финансов.

Всё чаще кредитные организации сотрудничают со страховыми и лизинговыми компаниями по вопросам взаимодействия и продвижения продуктовой линейки друг друга. Таким образом, они интерпретируют систему брокерской компании из-за того, что

аккумулируют внутри себя не только навыки и предложения по кредитным продуктам, но и по продуктам страховых компаний.

Важным моментом современного брокериджа является работа с заимствованиями. По сути своей коммерческий банк как кредитный брокер – это компания, которая оказывает помощь физическим и юридическим лицам в получении финансирования. Ошибочно полагать, что вся его работа связана только с поиском вариантов. В первую очередь специалисты банка помогают клиенту сэкономить время, используя знания требований и возможностей большинства банковских и страховых программ.

Весь процесс можно разделить на несколько этапов (Электронный ресурс «Функции кредитного брокера»):

1. Консультация. Это самый важный этап. Здесь анализируются потребности клиента в заимствовании и оцениваются его возможности по доходам и набору документов. Интересно, что многие клиенты, не разобравшись в сути продукта, просят специалиста помочь воспользоваться именно определенным способом финансирования. Так раньше было с лизингом, теперь – с факторингом. Клиенты слышат новое слово, но не всегда понимают принципы данного продукта и возможные потери при его использовании. Специалист обязан разъяснить клиенту все плюсы и минусы финансового инструмента.

2. Определение схемы финансирования идеи клиента и подбор инструментов. На этом этапе зачастую специалист встречается не только с руководителем или собственником бизнеса, но и проводит переговоры с бухгалтером компании. Это необходимо для исключения возможных ошибок при подборе фи-

нансирования и разъяснения дальнейших финансовых обязательств клиента.

3. Сбор документов, в т.ч. залоговых. Основную работу здесь проводит сам клиент. Специалист готов помочь сделать финансовый анализ, посмотреть на месте, в каком виде ведется документация предприятия, и выбрать необходимые для получения финансирования документы.

4. Специалист, курирующий клиента, передает собранный пакет документов и ведет работу до момента получения ответа о финансировании.

5. Клиент получает средства и страхует имущество.

Так выглядит стандартный процесс. Банковский специалист доводит сделку до момента заключения клиентом договора финансирования. Процесс согласования договора финансирования при необходимости может включать и удовлетворение требований по оценке и страхованию имущества. Подписание договора с финансовой компанией, осуществление всех платежей по договору клиент проводит уже самостоятельно. Также он может помочь клиенту разрешить некоторые вопросы, возникающие во время действия договора финансирования. Как правило, они связаны с проблемами в оплате или замене залога.

Для анализа берется информация из разных источников. В первую очередь это массив рекламной информации в прессе, Интернете, на наружных носителях. Далее идет проверка информации, а по наиболее интересным продуктам проводятся переговоры со страховыми или лизинговыми компаниями о возможности дальнейшего сотрудничества.

Такой принцип работы позволяет собирать информацию о дополнительных возможностях компаний. Например, если у лизинговой компании есть нереализованное имущество, которое она готова продать по приемлемой цене, а клиент банка планирует купить именно такое имущество, то специалист, ведущий клиента, может посоветовать своему клиенту обратить внимание на предложение лизинговой компании.

К коммерческим банкам, зарекомендовавшим себя на рынке как банки специализирующиеся на брокерском подходе к обслуживанию клиентов, могут обратиться и сами финансисты, чтобы рассказать о новых продуктах. Нередко в банк обращаются поставщики оборудования, автотранспорта и оставляют информацию о своих предложениях.

Основная задача банка – предложить клиенту несколько вариантов, из которых подобрать оптимальный. Специалисты по работе с клиентами в первую очередь должны быть ориентированы на каждого конкретного клиента. Это показатель независимости.

Каждый раз, начиная сотрудничество с

новой страховой, оценочной или лизинговой компанией, коммерческий банк обязан заключать договор о сотрудничестве (или агентский договор) и таким образом официально представлять интересы той или иной финансовой компании.

Сейчас банки тщательно относятся к выбору компаний-партнёров, проверяют не только саму компанию на «чистоплотность», но и ее сотрудников через свою службу безопасности. Банки выдвигают определенные требования к компаниям, желающим сотрудничать, а также проводят регулярное обучение сотрудников таких организаций. Многие банки оценили удобство работы с компаниями-партнерами, они видят в них не просто сеть продаж своих кредитных продуктов, но и надежных помощников в предварительной подготовке заемщиков.

Четкого определения количества страховых, оценочных или лизинговых компаний, с которыми банкам разрешено сотрудничать, нет. Да и подход здесь совсем иной. У каждой компании есть сильные и слабые стороны, интересные или не очень продукты и свой набор требований. Коммерческий банк заключает договора исходя из полноты выбора продуктов, а не из желания набрать как можно больше партнеров. Таким образом, основная цель, которую преследует банк при поиске новых партнеров – ассортимент продуктов.

Если провести отдельную выделенную линию по запросам клиентов, то можно отметить, что юридические лица обращаются в основном за помощью в финансировании обновления основных средств. Клиенты знают свои возможности и потребности. Задача специалиста банка показать им все подходящие варианты для решения потребности клиента и обратить внимание на возможные «подводные камни». Например, как влияет снижение суммы ежемесячного платежа, на увеличение срока кредита и, соответственно, переплату. Подобрать более дешевое финансирование удастся за счет использования программ с дифференцированными платежами взамен аннуитетных. Реже встречаются сложные ситуации, требующие более детальной проработки. Это случаи, когда использование одного кредитного продукта не решает задачу клиента. Тогда разрабатывается комплексная программа с привлечением нескольких финансовых компаний и продуктов.

Концепция супермаркета позволяет сэкономить не только время при выборе нужного продукта из множества вариантов, но и на дополнительных затратах, таких как страхование и оценка имущества, приобретаемого или предлагаемого в залог. К примеру, сильно разнятся ставки страховых компаний по КАСКО – здесь, пожалуй, уместно будет вспомнить правило, что лучше не экономить на малом, чтоб не потерять на большом. Так,

не все клиенты понимают, что используя страховку с франшизой, можно потерять при наступлении страхового случая, а видимая дешевизна может в итоге обернуться большими затратами. Сильно разнятся ставки оценщиков. Большинство из них тарифы за свои услуги привязывают к стоимости оцениваемого имущества. Чем на большую сумму оценено имущество, тем больше вознаграждение.

Вопрос наиболее предпочтительных для банка клиентов напрямую зависит от требований не только самого банка, но и страховых и лизинговых компаний. Очень плохо финансируется сезонный бизнес, такой, например, как сельское хозяйство. Не лучшее отношение у банков к посредническим компаниям, не говоря о производстве запрещенной или ограниченной продукции. Если специалист будет работать с неудобным для банка клиентом, то он должен понимать, что может затратить непропорциональное результату количество сил и времени.

В отношении проверки самого клиента и его деятельности данную функцию берет на себя сам коммерческий банк. Компании-партнеры в проверке клиента не участвуют. Кредитный специалист может сделать какие-то выводы на первоначальном этапе, пользуясь скоринговыми программами, предоставленными банками. Но основной груз обязанностей по проверке клиента все равно лежит на финансовой компании.

В последнее время всё чаще у клиентов

возникают вопросы по перекредитованию. Такие вопросы, равно как вопросы замены одного продукта на другой, у клиентов возникают постоянно. Но не все кредитные организации оказывают подобную услугу. Даже сегодня во время финансового кризиса можно подобрать клиенту более выгодный вариант. Кризис принес другую проблему. Некоторые банки имеют перебои с собственным финансированием. Это приводит к тому, что, не желая оглашать невыдачу кредитов из-за внутренних проблем, банк рассматривает заявки, но выдает отказы или постоянно отправляет клиента за новыми документами. Клиент тратит время, но не получает результата. Возможно за это время «уйдет» желаемое клиентом имущество. Такая ситуация наблюдалась осенью прошлого года, наблюдается она и сегодня.

В дальнейшем в развитии брокерского направления в коммерческих банках будет прослеживаться явная тенденция уклона на специализацию. Это логично и удобно. Отмечена и другая тенденция по расширению специализации – например, добавление в ассортимент продуктов страховых компаний кредитного финансирования. Таким образом, будущее за специализацией.

ЛИТЕРАТУРА

Функции кредитного брокера. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki>

ЭКОНОМИКА СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

УДК 316.334.3:339.137

Е.А. Аксютин

СТРАТЕГИЯ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

Рассматриваются проблемы повышения конкурентоспособности и инновационного развития экономики в социальной сфере, а так же стратегия конкурентной политики.

Ключевые слова: социальная сфера; стратегия; конкурентная политика; социальная политика; рынок социальных услуг.

We research problems of improving competitiveness and innovation development of social sphere as well as the strategy of competitive policy.

Keywords: social sphere; strategy; competitive policy; social policy; social services market.

Проблема повышения конкурентоспособности и инновационного развития экономики в настоящее время относится к числу наиболее значимых, стратегических для нашей страны. От ее решения зависит, какое место будет занимать Россия в мировой экономике и политике, и какую роль она будет в них играть. Если бы политика российского руководства в 90-е годы XX столетия в большей степени преследовала цель обеспечения позитивной динамики национальных конкурентных преимуществ, то ситуация с международной конкурентоспособностью страны и отечественным предпринимательством к началу XXI столетия была бы принципиально иной, чем в настоящее время. Некоторые отечественные экономисты вполне обоснованно отмечают, что главной проблемой для России образца 90-х годов прошлого столетия была проблема несоразмерности развития звеньев национальной конкурентоспособности (С.М. Никитин, 2005). При этом сильным базовым факторам конкурентоспособности (природные, трудовые, интеллектуальные ресурсы) противостояли слабые инфраструктурные факторы (финансовая система, базовая и технологическая инфраструктура, организация рынка и конкурентная среда, корпоративное и государственное управление). В связи с этим в настоящее время проблема состоит в том, чтобы не допустить ослабления сильных базовых факторов конкурентоспособности (в частности, трудовых и интеллектуальных ресурсов) и принять действенные меры по формированию и укреплению указанных инфраструктурных факторов. Достижение действительного синергического эффекта в конкурентоспособности требует существенной мобилизации научно-технических и производ-

ственных факторов. Среди отдельных отечественных экономистов и политиков, успокоенных сложившимся развитием процессов глобализации мировой экономики, а также гипертрофированным ростом цен на топливно-сырьевые и энергетические ресурсы, наблюдается определенная недооценка роли внутренних научно-технических и производственных ресурсов и соответствующих кооперационных связей в создании действительных конкурентных преимуществ субъектов хозяйствования, товаров, услуг. Подобный подход носит, по существу, тупиковый характер. Как нам представляется, анализ проблем повышения конкурентоспособности России в основе должен базироваться, прежде всего, на инновационных факторах данного процесса, формирующихся в научно-технической, интеллектуальной, производственной и социальной сферах страны с учетом все более эффективного ее включения в соответствующие подсистемы мирового хозяйства. Только в этом случае можно действительно решать проблемы повышения конкурентоспособности как государства в целом, так и отдельных отраслей, в частности, организаций социальной сферы.

Конкурентной политике государства в социальной сфере еще предстоит сложиться, поскольку в настоящее время государство не определило свое отношение к товаропроизводителю в социальной сфере так, как это давно действует в традиционных отраслях экономики. Но в отличие от них социальная сфера нуждается в системности, которую до настоящего времени обеспечивала сеть бюджетных учреждений. Системность отраслей социальной сферы, обусловленная тем, что она ориентирована исключительно на удовлетво-

ние потребительских нужд, позволяет государству обеспечивать территориальную инфраструктуру сферы общественного воспроизводства в условиях шаговой доступности для потребителя. Если в традиционных отраслях экономики нет необходимости стимулировать развитие потребительского сектора в силу существования мощных механизмов саморегулирования рынка, то в социальной сфере из-за необходимости постоянной доступности для потребителя на фоне нестабильной ликвидности услуг для товаропроизводителя, именно государству надлежит сделать привлекательными для него контакты с потребителем, в том числе и там, где предложение недостаточно для удовлетворения существующего спроса. Тем самым протекционистская политика государства в отношении товаропроизводителей в социальной сфере должна быть направлена, прежде всего, на развитие инфраструктуры социальной сферы и на создание механизмов привлечения товаропроизводителя.

Чтобы поставить гражданина в центр платежных отношений государства с товаропроизводителями, осуществляющими деятельность в области образования, культуры, здравоохранения, достаточно наделить его персональным платежным документом (банковской картой), посредством которого он как выгодоприобретатель смог бы расплачиваться за оказываемые ему и оплачиваемые из государственной казны услуги. А для ведения расчетов государственной казны с товаропроизводителями по персональным платежным документам граждан достаточно ее активы, предназначенные для платежей в пользу граждан, держать не в казначействе, как для производства платежей в пользу государства, а в специально для этого созданном на правах «золотой акции» банке.

Подобная индустриальная трансформация социальной сферы, как социально ориентированная рыночная реформа в каждой из ее отраслей, способна восстановить работоспособность и возможность развития конкурентных отношений на перспективу. В результате индустриальной трансформации социальная сфера получит мощный импульс для расцвета инноваций в процессе оказания социальных услуг и для экономического совершенствования социального сектора.

На рынке социальных услуг, как и на любом другом рынке, основными элементами функционирования являются спрос на услуги, предложение, цена, конкуренция между производителями и потребителями. Следует отметить, что существующий спрос постоянно растет, но отсутствие стратегического подхода учреждений и социального комплекса к продвижению социальных услуг не позволяет обеспечить высокую конкурентоспособность субъектов хозяйствования социальной сферы.

Обеспечение высокого уровня конкурентоспособности организационно-правовых структур социальной сферы должно стать задачей государства и реализовываться на основе его стратегической комплексной программы.

Стратегия развития конкурентных преимуществ в социальной сфере должна быть направлена на поиск сбалансированного набора инструментов конкурентной политики с использованием новых институциональных технологий в части сравнительного анализа альтернативных вариантов распределения прав собственности, механизмов, обеспечивающих соблюдение установленных правил с участием не только экспертов, но и представителей целевых групп. Это позволит в долгосрочной перспективе создать механизм, минимизирующий противоречия между различными инструментами конкурентной политики, в частности, в результате применения взвешенного подхода в рамках различных направлений конкурентной политики, включая антимонопольное регулирование как вертикальных, так и горизонтальных ограничивающих контрактов, контроля экономической концентрации.

Данный вариант конкурентной политики в социальной сфере должен обеспечить создание развитой и действенной системы спецификации и защиты прав собственности и контрактных прав, в том числе в сфере результатов интеллектуальной деятельности, ограничивающей возможности копирования инноваций и размывания потока экономической прибыли успешных инноваторов; недифференцированность (недискриминационность) системы защиты прав собственности и контрактных прав по сферам хозяйственной деятельности. При этом необходимо решение проблемы, связанной с определением соотношения государственной и частной активности в сфере нововведений, обеспечения на практике презумпцию нецелесообразности масштабного государственного вмешательства для повышения инновационной активности в социальной сфере.

Осуществление стратегии создания конкурентных преимуществ в социальной сфере приведет к комплексным последствиям для отраслей социального сектора, в частности, для их способности адаптироваться к изменению внутренних и внешних условий. Адаптивность является важнейшим свойством любой экономической системы: чем она выше, тем выше, при прочих равных условиях, долгосрочная эффективность функционирования системы (И. Прангишивили, 2005).

Улучшение адапционных свойств обеспечивает устойчивость экономической системы, уменьшение количества и масштабов угроз, задавая тем самым благоприятные возможности для выработки экономической

политики, которая, в свою очередь, сказывается на адаптационных способностях системы в будущем. Таким образом, адаптационные свойства социальной сферы как социально-экономической системы должны стать как условием, так и результатом проводимой конкурентной политики государства.

Одна из фундаментальных проблем улучшения адаптационных характеристик экономической системы состоит в том, что экономические агенты могут неадекватно реагировать на угрозы и вызовы. Иными словами, они могут совершать «неверные действия в неподходящее время» либо бездействовать тогда, когда существует объективная потребность в осуществлении решительных мер. Подобное положение вещей во многом обусловлено тем, что для части действующих лиц и групп ослабление адаптационных возможностей системы не ведет к ухудшению их положения, по крайней мере в кратко- и среднесрочном периодах, а значит, не является проблемой в условиях узкого временного горизонта принятия решений.

Необходимо подчеркнуть, что все программы социально-экономического развития России, а также инструменты их реализации затрагивают интересы различных социальных групп, вызывая ответную реакцию: поддержку, сопротивление, безразличие. Соответственно, отсутствие интереса либо прямое противодействие тех или иных влиятельных групп и обуславливает недостаточную успешность реализации программ в целом. Интерес той или иной группы может быть выражен неявно, а недовольство политикой – накапливаться латентно в течение длительного времени, приводя к резкой реакции, то есть полному неприятию предлагаемых мер при появлении триггерного (запускающего) фактора. В качестве примеров можно привести общественное недовольство так называемой «монетизацией льгот» (2005 г.) и непопулярными (хотя, возможно, и необходимыми) мерами по ужесточению правил дорожного движения (2006–2007 гг.). Иной пример – ситуация, сложившаяся с товариществами собственников жилья (ТСЖ). Разумная и полезная мера так сформулирована в законе и вводится таким образом, что вызывает острое неприятие и фактический бойкот со стороны не только тех, на кого направлено действие закона, но и тех, кто его призван реализовывать на практике.

Под группами интересов понимается совокупность агентов, которые характеризуются совпадением экономических интересов, возможно, ситуативным. При этом на агентов воздействуют избирательные стимулы к производству совместного (коллективного) блага, принятию того или иного коллективного решения. Теория групп существует уже свыше сорока лет и более 25 лет активно применяется

для решения проблем общественного развития как на страновом, так и на региональном уровнях. Анализ групп интересов в экономике был впервые представлен в работах М. Олсона (М. Олсон, 1995), который противопоставлял подход с позиций ограниченной рациональности и действий в рамках малых и больших групп доминировавшей на тот момент традиции исследования действий индивида с точки зрения абсолютной рациональности. Другими словами, М. Олсон анализировал ситуацию, в которой коллективные блага продолжают производиться, а общественно значимые решения – приниматься, в то время как с точки зрения рациональных предпочтений индивида его участие в этой деятельности, но не в потреблении, экономически невыгодно или по крайней мере дестимулировано.

Согласно М. Олсону, при производстве общественных благ реально действующими агентами являются именно группы, особенно малые, поскольку как минимум три фактора снижают эффективность большой организации: доля каждого индивида в получаемой выгоде невелика; труднее обеспечить взаимодействие участников; издержки координации и контроля оказываются выше. Подход М. Олсона был далее развит в работах П. Оливер, М. Грановеттера, М. Мэйси, описывающих поведение групп индивидов, объединенных стремлением к реализации той или иной потребности, получению того или иного блага (А.Ф. Нагайчук, 2006).

Группы выделяются на основе занимаемого ими статусного положения, причем, как правило, закрепленного формально и признанного публично. По указанному признаку можно выделить достаточно простые группы, которые тем не менее играют важную роль в определении реальной социально-экономической политики как в плане реформ, так и в сфере текущего регулирования. Потенциальная сила воздействия данных групп определяется их финансовыми и административными возможностями или численностью и потенциальной готовностью оказывать давление с целью защиты своих интересов, другими словами, их переговорной силой. Традиционно в странах с недостаточно развитым гражданским обществом и сильным социальным неравенством интеллектуальная независимость обеспечивает чуть ли не единственную возможность выявления и защиты интересов общества от доминирования конъюнктурных политических или экономических интересов.

Таким образом, реализация любой стратегии невозможна без опоры на те или иные коалиции общественных сил в противостоянии с коалициями, отстаивающими альтернативные точки зрения. Стратегия создания конкурентных преимуществ в социальной сфере предусматривает поэтапное формирование общественных коалиций, выступающих

за глубокую модернизацию институциональных механизмов, которые отвечают за инновационную и инвестиционную активность, качество общественных институтов и государственного управления. Для этого необходимы конкурентная хозяйственная среда, не зарегулированная государством, а также наличие развитой институциональной, производственной и деловой инфраструктуры, высококачественного человеческого капитала. Для успешной реализации стратегии создания конкурентных преимуществ в социальной сфере необходимо, чтобы элита, бизнес и граждане действительно решили двигаться в выбранном направлении. Ввиду сложности задач попытки опереться на узкие группы поддержки рано или поздно ведут к неудаче, поэтому определение и согласование структуры целей в рамках данной стратегии должно опираться на широкие общественные коалиции.

Следует отметить, что в краткосрочном периоде времени (два–три года) высок риск не получить видимых положительных результатов, поскольку создание конкурентных преимуществ субъектов хозяйствования социальной сферы – принципиально долгосрочная

стратегия, которая предполагает расширение временного горизонта принятия решений в условиях повышения открытости экономики для международной конкуренции. Сильной стороной данной стратегии, как нам представляется, выступают позитивные долгосрочные социально-экономические последствия, заключающиеся в создании в стране базовых условий для устойчивого экономического роста и повышения благосостояния граждан.

ЛИТЕРАТУРА

Нагайчук А.Ф. Конфликт интересов в сфере социальной политики / А.Ф. Нагайчук // Социологические исследования. 2006. № 3.

Никитин С.М. Рынок и социальная политика государства / С.М. Никитин // Деньги и кредит. 2005. № 1.

Олсон М. Логика коллективных действий. Общественные блага и теория групп / М. Олсон; пер. с англ. М.: Фонд экономической инициативы, 1995.

Прангишвили И. Об эффективности управления сложными социально-экономическими системами / И. Прангишвили // Общество и экономика. 2005. № 9.

Л.А. Бейнарович

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ СФЕРЫ КИНОПРОДЮСИРОВАНИЯ

Рассматриваются проблемы повышения конкурентоспособности предприятий сферы кинопродюсирования, проводится анализ структуры посещаемости отечественных кинотеатров, разрабатываются подходы к расширению рынков сбыта.

Ключевые слова: стратегическое управление; конкурентная политика; конкурентные преимущества; кинопродюсирование; рынок сбыта.

We look at the problems of increasing competitiveness in film production, analyze the structure of cinema attendance in Russia and develop approaches to market expansion.

Keywords: strategic management; competitive policy; competitive advantage; film production; market.

В последние несколько лет кинорынок России характеризуется постоянной положительной динамикой кассовых сборов, ростом количества выпускаемых в прокат кинолент, постоянным увеличением доли отечественных кинофильмов на экранах кинотеатров. Данные факторы делают эту сферу бизнеса все более инвестиционно привлекательной для профессиональных участников рыночных отношений. Также следует отметить и то, что в настоящее время при весьма высоком уровне конкуренции на кинорынке выработка одной копии для большинства отечественных кинофильмов не превышает затраты на ее создание. По нашему мнению, чтобы обеспечить эффективность функционирования хозяйствующих субъектов данной сферы необходимо разработать грамотные методические рекомендации планирования и организации повышения конкурентоспособности процесса продюсирования отечественных кинофильмов.

Конкуренция является необходимым условием функционирования любого рынка. Р.А. Фатхутдинов дает следующее определение понятию конкуренции: «Конкуренция – это процесс соперничества конкурентов по поводу реализации своих конкурентных преимуществ на конкретном рынке (территории) для одержания победы или достижения других целей по удовлетворению объективных и/или субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях» (Р.А. Фатхутдинов, 2007. С. 154). Исходя из вышеприведенного определения понятия «конкуренция», необходимо отметить, что в условиях усиления конкуренции на отечественном кинорынке для успешной хозяйственной деятельности субъектам – участни-

кам бизнес-процессов необходимо иметь преимущества перед конкурентами, а именно «конкурентные преимущества».

По мнению специалистов, конкурентное преимущество системы – «это какая-либо эксклюзивная ценность, которой обладает система, и которая дает ей превосходство перед конкурентами» (Р.А. Фатхутдинов, 2007. С. 182). Конкурентные преимущества обеспечивают увеличение эффективности использования ресурсов фирмы, но в условиях ужесточения конкурентной борьбы данные преимущества могут исчезать, что обуславливает возникновение потребности в поиске новых конкурентных преимуществ. Все данные преимущества в наибольшей степени оказывают влияние на определение стратегии развития предприятия.

Конкурентоспособность предприятия является относительной характеристикой, выражающей степень удовлетворения этим предприятием конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами на рынке, и определяющей способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами. При рассмотрении понятия «конкурентоспособность» мы выделяем следующие уровни этого понятия: конкурентоспособность товара (кинофильмов) и конкурентоспособность предприятий кинопродюсирования. Базовым при данном подходе будет являться понятие «конкурентоспособность товара» или, в данном случае, киноленты; оно во многом определяет конкурентоспособность предприятия. При этом необходимо подчеркнуть, что конкурентоспособность выпускаемого кино-продукта является безусловно необходимым, но не достаточным условием для возникновения и повышения

конкурентоспособности предприятий-участников рынка.

Оценка конкурентоспособности предприятия кинопродюсирования может определить его настоящее положение на рынке, выдвинуть решения проблем в производстве, менеджменте, маркетинге и прокате кинопродукта. Так же, при условии развития рыночных отношений, важное значение имеет управление конкурентоспособностью предприятий кинопродюсирования, как предприятий, ориентированных на освоение и расширение рынков сбыта. Таким образом, для успешного функционирования любого предприятия кинопродюсирования необходимо определить, в чем заключаются преимущества и недостатки хозяйствующего субъекта перед конкурентами, то есть разработать конкурентную стратегию для поддержания конкурентных преимуществ.

Первым шагом при разработке методических рекомендаций планирования и организации повышения конкурентоспособности процесса продюсирования кинофильмов является определение характеристики отрасли и анализ конкурентной среды в ней.

Одной из основных характеристик любой отрасли является ёмкость рынка. В качестве одного из вариантов определения данной характеристики можно использовать формулу, предложенную Ф. Котлером:

$$Q = n * q * p,$$

где Q – ёмкость рынка за год;

n – число покупателей товаров на рынке;

q – среднее число покупок в год;

p – средняя цена единицы покупки.

По данным исследований независимой исследовательской компании «Movie Research», количество проданных билетов в кинотеатрах страны за 2008 год составило 120 млн. штук при средней цене билета 168 рублей. По данным той же компании объем постоянной зрительской аудитории составляет порядка 10 млн. человек. Следовательно, ёмкость российского рынка кинопродукции по данным за 2008 год оценивается следующим образом:

$$Q = 10,0 \text{ млн.} * 12 * 168 = 20160,0 \text{ млн. руб.}$$

Необходимо отметить, что данная цифра хотя и является относительно приблизительной, но все же хорошо характеризует кинорынок, как рынок с огромным количеством потенциальных покупателей.

Для определения основных тенденций и проблем отрасли, а также для установления приоритетных направлений использования ресурсов проведем анализ пяти слагаемых конкуренции М. Портера. В структурном анализе конкурентного окружения, проведенного по данной методике, выделяют пять сил конкуренции.

Первая конкурентная сила – угроза появления на рынке новых конкурентов – характе-

ризует легкость или затруднения, с которым может сталкиваться новый конкурент. Из семи предусмотренных в данной методике усиливающих или ослабляющих барьеров, затрудняющих или облегчающих доступ новых конкурентов на рынок, для кинорынка можно выделить следующие:

- доступ к каналам распределения – каждое предприятие кинопродюсирования, входящее на рынок, вынуждено бороться за зрителей, что предполагает широкую и дорогостоящую рекламу;
- правительственная политика – появление предложений по изменению критериев национального фильма: с 30 процентов до 50 процентов будет увеличена сумма средств, которые могут внести зарубежные инвесторы, одним из трех авторов сценария может быть иностранец.

Вторая конкурентная сила – давление товаров-заменителей – характеризует легкость, с которой зритель может заменить один тип товара на другой. Главным конкурентом для кинопродюсерских предприятий является телевидение, так как показ фильмов в последние годы существенно потеснен демонстрацией телесериальной продукции. Также сильным конкурентом можно назвать Интернет, в частности, сайты бесплатного доступа, так называемые «торрент-трекеры», предоставляют потребителям возможность получить доступ к огромным кинобиблиотекам с самыми последними киноновинками. Данные альтернативные пути просмотра существенно улучшают соотношение цена/качество для потребителей, следовательно, снижают конкурентоспособность предприятий, осуществляющих кинопродюсерскую деятельность.

Третья конкурентная сила – покупательская способность влиять на снижение цен. Необходимо отметить, что данная сила нейтральна, по прогнозу компании «Нева-Фильм», средняя цена кинобилета в 2010 году установится в пределах 7,4 доллара, и дальнейшего интенсивного роста не предвидится.

Четвертая конкурентная сила – способность поставщиков добиваться повышения цен. К поставщикам предприятий кинопродюсирования можно отнести киностудии, предоставляющие в аренду павильоны и декорации, компании по аренде и продаже съемочного оборудования, а также киностудии полного цикла. Из всех вышеперечисленных поставщиков необходимо в первую очередь выделить киностудии. В настоящий момент студии, оснащенные новейшей техникой для съемок и имеющих современные павильоны, не достаточно, а следовательно, они могут диктовать свои цены кинопродюсерским предприятиям.

Пятая конкурентная сила – соперничество между действующими в настоящий момент на рынке конкурентами. Здесь основную

конкуренцию немногочисленным российским предприятиям, осуществляющим хозяйственную деятельность в сфере кинопродюсирования, составляют иностранные компании, усложняющие конкурентную среду, так как в своей деятельности преследуют иные цели и задачи по сравнению с отечественными производителями.

Для получения более подробных данных о кинорынке проведем его сегментацию по следующим критериям: группы потребителей, возрастной признак, форма посещения кинотеатров.

Возрастной состав киноаудитории представлен в виде диаграммы (см. рис.), из которой следует, что подавляющее число зрителей относятся к возрастной категории от 16 до 35 лет. Эта категория в настоящее время составляет 80% киноаудитории. Только 9% относятся к лицам старше сорока лет. Аналогичный показатель в Соединенных Штатах Америки составляет 35%, в Великобритании более 30%.

Проанализировав структуру посещения отечественных кинотеатров, необходимо выделить следующие цифры: 43% зрителей посещают киносеансы с друзьями, 30% со «второй половиной», 10% предпочитают ходить в кинотеатры в одиночестве, 9% зрителей – родители с детьми, 3% – это смешанный состав, еще 3% – ходят в кинотеатр в компании братьев и сестер, и только 2% предпочитают посещать киносеансы всей семьей. Таким образом, можно заключить, что только пять процентов от общего числа посещений можно отнести к разряду «семейных».

Так же при описании потенциальных покупателей данного рынка, необходимо выделить такой показатель, как распределение кинозалов по российским городам, который характеризуется крайней неравномерностью. В настоящий момент 68% кинозалов находится в городах с населением, превышающим полмиллиона, в малых городах количество кинозалов измеряется единицами. Можно отметить и то, что по данным социологических исследований 47% зрителей отдают предпочтение российским кинолентам, 41% заинтере-

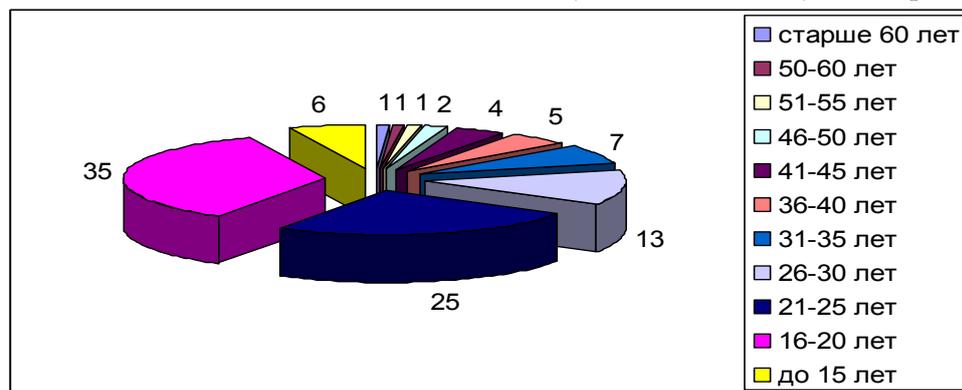
ресованы новинками отечественного производства потенциально.

Таким образом, в настоящее время отечественный рынок кино является активно растущим и имеющим большую ёмкость, следовательно, представляется весьма привлекательным для новых участников бизнес-процессов. При этом основными конкурентами для отечественных предприятий кинопродюсирования являются кинопродюсерские фирмы с иностранным капиталом. Так же существенно усиливается конкурентное давление со стороны товаров-субститутов. По нашему мнению, важно отметить, что продукция отечественных кинопродюсерских предприятий имеет высокий потенциальный уровень конкурентоспособности, так как достаточно большая часть киноаудитории отдаёт предпочтение именно российским кинолентам. Кинопроизводители осваивают новые маркетинговые приемы для привлечения зрителей и увеличения сбыта продукции. Отметим в этой связи, что большая часть потенциальных потребителей остается неохваченной.

Для определения возможных альтернатив развития хозяйствующих субъектов сферы кинопродюсирования проведем SWOT-анализ, который является наиболее часто используемым инструментом при сопоставлении возможных управленческих решений. Факторы, которые возможно выделить при проведении SWOT-анализа, разделяют на внутренние и внешние. Внутренними факторами являются слабые и сильные стороны рассматриваемых хозяйствующих субъектов. К внешним факторам относятся возможности и угрозы, которые способна оказывать на деятельность данных субъектов окружающая среда.

Сильными сторонами для российских предприятий кинопродюсирования являются: широкая известность, высокая квалификация персонала, сбыт и маркетинг. К слабым сторонам можно отнести невозможность достоверного мониторинга рынка.

Также необходимо определить потенциальные угрозы для субъектов хозяйствования данной сферы. На деятельность данных субъектов могут повлиять следующие факторы:



Возрастной состав киноаудитории (в процентах)

ухудшение государственной политики в области кинематографии; рост темпов инфляции; появление новых конкурентов; усиление конкурентного давления со стороны действующих конкурентов; давление со стороны товаров-субститутов. Возможностями развития деятельности рассматриваемых предприятий можно назвать: улучшение уровня жизни населения; интерес новых потребителей к кино-продукту; совершенствование производства; неудачное поведение конкурентов; увеличение количества экранов.

Проанализировав внешние опасности и новые возможности, можно отметить, что повышение конкурентоспособности предприятий кинопродюсирования имеет одну основную цель – расширение рынка сбыта.

По мнению специалистов-исследователей вопросов стратегического менеджмента, для того чтобы добиться оптимального функционирования, предприятие должно выбрать хорошую стратегию, которая, в свою очередь, должна строиться на сильных позициях и использовании возможностей (Стратегический менеджмент, 2007). Данные проведенного анализа позволяют осуществить выбор базовой стратегии развития хозяйствующих субъектов в сфере кинопродюсирования, используя наиболее известную модель выбора стратегий – «Матрицу «возможностей по товарам / рынкам», предложенную И. Ансоффом. В данной модели рассматриваются все товары и рынки, как уже существующие, так и проектируемые.

В рамках данной модели рассматривается возможность применения четырех стратегий по сохранению или увеличению доли рынка: проникновение на рынок, развитие рынка, разработка товара, диверсификация. Из матрицы «возможностей по товарам / рынкам» можно выделить доминирующие для кинопродюсерских предприятий стратегии: стратегия проникновения на рынок и стратегия развития рынка.

Стратегия проникновения на рынок, называемая также методом «экономии издержек», или «улучшай то, что уже даешь», характеризуется направленностью стратегии хозяйствующих субъектов на уже существующие

рынки. При данной стратегии предприятие стремится расширить сбыт уже имеющихся товаров на существующих рынках поступательным движением, интенсификацией товародвижения, что увеличивает сбыт, привлекает новых клиентов. Стратегия эффективна для предприятий на растущем или на ненасыщенном рынках. В рамках данной стратегии возможно увеличение длительности показа фильмов в кинотеатрах.

Для реализации стратегии развития рынков можно выделить два направления: экстенсивное и интенсивное. Экстенсивное направление предполагает увеличение количества кинозалов. Отметим в этой связи, что в крупнейших российских городах кинотеатральный рынок уже близок к насыщению, при этом во многих населенных пунктах с меньшим количеством жителей ощущается явный недостаток киноэкранов. Таким образом, реализация подобного направления в городах-миллионниках и городах с населением более полумиллиона не является приоритетной, поскольку повышение валовых кассовых сборов в последнее время здесь происходит не за счет увеличения количества экранов, а за счет повышения цены посещения. Так же данный путь развития является весьма затратным, требует серьезных инвестиций. Интенсивный путь развития рынка подразумевает увеличение количества зрителей путем привлечения новых потребителей из неохваченных сегментов рынка.

Таким образом, необходимо заключить, что повышение конкурентоспособности хозяйствующих субъектов в сфере кинопродюсирования имеет одну основную цель – увеличение рынка сбыта. Используя стратегию, сочетающую описанные выше: стратегию проникновения на рынок и стратегию развития рынка, возможно при сохранении высокого уровня продукции завоевать новые рынки, увеличить сбыт, привлечь новых покупателей.

ЛИТЕРАТУРА

Стратегический менеджмент / под ред. А.Н. Петрова. СПб.: Питер, 2007.

Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхутдинов. СПб.: Питер, 2007.

И.В. Белова

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ПЛАНОВО-РАСЧЕТНЫХ ОБОСНОВАНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ

Рассмотрена основная концепция применения планово-расчетных обоснований на предприятиях сферы услуг. Исследованы особенности сферы услуг, оказывающие влияние на процесс планирования, осуществляемый на предприятиях данной отрасли.

Ключевые слова: экономическое управление; планирование; экономический анализ; финансовые результаты; прогнозирование; эффективность.

The key concept of applying planned-calculated bases in service sector companies is considered. We research distinctive features of service sector affecting planning process carried out in the industry in question.

Keywords: economic management; planning; economic analysis; financial results; forecasting; efficiency.

Планирование, в общепринятом понимании, является одним из методов экономического управления, смысл которого выражен в формировании и реализации планов и помогает определять будущее состояние экономических систем, способов и путей его достижения. Планирование деятельности предприятия сферы услуг, выполненное на основе научного подхода, является залогом его успешного функционирования.

При осуществлении планирования на предприятиях сферы услуг необходимо прорабатывать несколько возможных вариантов развития системы на случай реализации того или иного варианта плана, исходя из существующих условий и предположений о возможном изменении текущей ситуации и возможном влиянии на систему внешних и внутренних факторов. Эффективность функционирования предприятия сферы услуг находится в зависимости от правильного выбора оптимальных методов планирования, формы его организации, сроков проведения. В случае ответственного подхода к организации планирования хозяйствующий субъект будет иметь возможность осуществления своей деятельности с минимальным риском наступления нежелательных обстоятельств в будущем.

По нашему мнению, объективный характер планово-расчетных обоснований экономических показателей в значительной мере зависит от уровня точности определения объемов услуг, оказываемых предприятием, вследствие чего важно проведение маркетинговых исследований в области, соответствующей сфере оказываемых услуг в целях установления равновесия спроса на данные услуги и предложения их потребителям.

Планирование на предприятиях сферы услуг имеет следующие особенности, заклю-

чающиеся в соблюдении принципов единства, точности планов, непрерывности и гибкости планирования, применения методов оптимального, балансового, нормативного, эталонного, программно-целевого, сетевого планирования, аналитического, отчетно-статистического, экономико-математических способов планово-расчетных обоснований, достижения наибольшей экономической результативности и эффективности процесса оказания услуг; зависимости роста потребления оказываемых услуг от платежеспособности граждан; планомерном обеспечении ресурсами в предстоящем периоде времени процесса оказания услуг с высоким уровнем уникальности воспроизводства.

Сфера услуг, в отличие от производственной сферы народного хозяйства, в своей доминирующей части не производит продукцию, а оказывает потребителям различные по содержанию и продолжительности времени услуги. В то же время экономическая направленность перспективного развития предприятий сферы услуг, вследствие участия трудовых и информационных ресурсов, основных и оборотных фондов для достижения экономических, финансовых и социальных результатов, имеет идентифицированную природу. Уточним, что в сферу услуг входит оптовая и розничная торговля, связь, финансовые и страховые общества, обслуживание операций с недвижимостью, юридические услуги, профессиональные услуги специалистов, деятельность учреждений развлечения и отдыха, различные ремонтные услуги, а также сервисные услуги домашней прислуги, транспорт, банковская сфера, образование, здравоохранение, вся деятельность федерального, государственного, гражданского, военного аппарата и местной власти.

Особенности текущего и перспективного планирования предприятий сферы услуг отличаются обоснования достижения экономических результатов и эффективности потребления ресурсов от аналогичных обоснований на предприятиях производственной сферы. По нашему мнению, основными особенностями деятельности предприятий сферы услуг, оказывающих влияние на планирование их экономических, финансовых и социальных результатов, эффективности потребления ресурсов, являются: во-первых, принципы планово-расчетных обоснований; во-вторых, сочетание методов и способов планирования процесса оказания услуг; в-третьих, свойства комплексных услуг.

При осуществлении планирования целесообразно учитывать возможность существования предприятия, оказывающего услуги только до тех пор, пока потребители готовы платить деньги за оказываемые им услуги, и то, что в сфере услуг значение благоприятного отношения потребителей к предприятию возрастает по мере замедления темпов прироста населения. Мы считаем, что существенное улучшение финансовых показателей предприятия сферы услуг достигается путем развития отношений с потребителями, склонными к приобретению большего количества услуг по мере увеличения длительности отношений с предприятием, обладающим, в свою очередь, способностью существенно сократить издержки на оказание услуги. Причиной данного улучшения является выяснение индивидуальных запросов потребителей во время первых контактов с ними, позволяющее значительно сократить время оказания услуги впоследствии и обучить персонал удовлетворению потребностей постоянного клиента с меньшими затратами.

Получение предприятием существенной экономии может быть произведено путем сокращения затрат на привлечение новых клиентов, большинство которых будут сохранять лояльность предприятию. Значительному сокращению оборота персонала способствует высокая удовлетворенность потребителей, вызванная повышением качества оказания услуг, существующие характеристики которых, по мере увеличения длительности отношений с предприятием, служат базой для сравнения с качеством услуг, оказываемых конкурентами. Поэтому при близких значениях ощущаемого качества характеристики новой услуги могут рассматриваться как не соответствующие привычным нормативам, что способствует сохранению лояльности потребителей.

Поддержание длительных отношений с клиентами, способствующих получению наибольшей прибыли предприятием, оказывающим услуги, возможно при их высоком качестве, предполагающем высокую удовле-

творенность потребителей обслуживанием. Оценка клиентов, носящая субъективный характер, делает недостаточным для достижения высокого качества услуг простое соблюдение стандартов обслуживания, существующих на предприятии. Улучшение финансовых результатов предприятия, зависящее от сокращения длительности взаимодействия системы оказания услуги с потребителем, особенно в пиковые периоды, свидетельствует о влиянии действий потребителей на качество и на количество оказываемых услуг.

Целесообразно рассмотрение потребителя в качестве объекта, генерирующего доходы и требующего осуществления затрат, так как предприятие может улучшить свои финансовые результаты на основе привлечения потребителей, обеспечивающих выгоды для предприятия не обязательно в текущее время, а имеющих высокие шансы увеличить свои доходы в будущем или способствующих улучшению качества услуг.

Особенностью сферы услуг является то, что большинство предприятий, оказывающих более качественные услуги, одновременно являются и лидерами по издержкам в своем секторе сферы услуг, так как лучшее понимание нужд потребителей (наличие более полной модели взаимодействия потребителей с внешней средой) позволяет отбирать наиболее экономичные действия по удовлетворению потребностей клиентов.

При планировании деятельности предприятия сферы услуг, по нашему мнению, целесообразно, в целях повышения эффективности деятельности, контролировать области регулирования спроса и мощности, от оптимального баланса которых во многом зависит выживание предприятия, путем применения двух возможных подходов, одним из которых является изменение мощности в соответствии со спросом, распределение потребителей во времени более равномерно, а другим изменение системы оказания услуги с целью удовлетворения спроса на услуги.

Мы считаем, что в современных условиях хозяйствования предприятий сферы услуг в условиях нестабильности внешней среды, воздействия постоянно изменяющихся факторов, протекания процесса их адаптации к условиям рыночной экономики, необходимо осуществлять планирование на основе дифференцированного подхода, связанного с наличием разной специфики деятельности каждого субъекта отраслевого направления, с установлением целевых ориентиров, соответствующих как целям сферы услуг, так и целям народного хозяйства в целом, с применением научных методов планирования, основываясь на прогнозах, являющихся значимыми для правильной оценки складывающейся социально-экономической ситуации, расширяющих возможность оптимизирования процесса

планирования, позволяющих сформировать максимально эффективный стратегический план, решить множество проблем, минимизировать риски или совсем избежать их, получить достаточно высокий уровень скорости реакции на изменения, происходящие в экономике, заранее определив особенности конечного состояния будущего периода.

Рассмотрим, к чему может привести изменение спроса на фоне постоянной мощности: превышение спроса над мощностью ведет к потере клиентов и снижению качества услуг; максимальное использование мощности хотя и не ведет к снижению доходов, но ухудшает качество услуг из-за перегрузки персонала и очередей; оптимальное использование мощности обеспечивает высокое качество услуг при высокой рентабельности; низкое использование мощности может привести к убыточности услуг при их высоком качестве.

В целях управления мощностью необходимо знать, какие ресурсы являются основой для измерения мощности предприятия: персонал, оборудование или здания и сооружения. Выполнение прогнозирования колебаний спроса на услуги позволит достичь состояния оптимального баланса между спросом и мощностью, при этом начальным этапом прогнозирования спроса должен быть сбор информации с построением графиков колебаний спроса по кварталам, месяцам, дням недели, а в некоторых случаях и по часам.

Применение стратегического планирования целесообразно для ускорения реакции предприятия сферы услуг на изменения, происходящие во внешней среде, с целью обеспечения адаптации предприятия к быстро изменяющимся условиям, проведение анализа которых позволяет выявить различие в подходах к формированию стратегии предприятия. Многие модели стратегического планирования схожи в способности, касающейся любого стратегического плана, основываться на прогнозе будущего сложной целенаправленной организации, которой является предприятие, с учетом множества числа возможных вариантов будущего состояния сложной системы. Мы считаем, что основным недостатком существующих подходов можно назвать попытку формирования стратегического плана, базирующегося на практике функционирования предприятий с точки зрения способности автономного действия предприятия, обособленного в связи с существующими отношениями собственности, тогда как цели предприятия формируются системой более высокого порядка, то есть народным хозяйством. Невозможно определение целей предприятия без определения целей экономической системы в целом, одновременно и

процесс функционирования экономики зависит от определения роли ее подсистем, которыми являются отдельные предприятия.

В процессе оказания услуг нам представляется целесообразным обоснование развития и формирования всех действующих методических и теоретических подходов к рационализации плано-расчетных обоснований, к повышению значимости планов, к приведению в соответствие плановых и фактически достигнутых экономических и иных результатов, к эффективности использования ресурсов на основе принципов формирования планов текущей деятельности и перспективного планирования на предприятиях сферы услуг. В практике плано-расчетных обоснований могут быть применены общеэкономические принципы, такие как системность, целенаправленность, комплексность, оптимальность, сбалансированность.

Таким образом, особенности применения плано-расчетных обоснований на предприятиях сферы услуг заключаются в ориентации предприятия на достижение установленных целевых ориентиров, в виде экономических, финансовых и социальных результатов перспективного развития, путем реализации запланированных этапов осуществляемой деятельности, выполняемой на научной основе с учетом рационального взаимодействия элементов стратегического управления деятельностью предприятия сферы услуг, осуществляемого на основе особенностей социально-экономического развития составляющих сферы услуг и народного хозяйства. Все это позволяет создать определенную модель будущего возможного состояния субъекта, предоставляет возможность выработки стратегически верных путей для достижения заданного конечного состояния системы, раскрытия потенциала и обеспечения необходимого уровня эффективности осуществляемой деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

Болтнев А.М. Основы статистического анализа экономической деятельности в социально-культурной сфере. Теория и практика выборочного метода исследования: учеб. пособие / А.М. Болтнев. Тамбов: Изд-во Тамб. обл. упр. статистики, 2006.

Бухалков М.И. Планирование на предприятии: учебник. 3-е изд., испр. и доп. / М.И. Бухалков. М.: ИНФРА-М, 2005.

Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учеб. пособие. Изд. 5-е, перераб. и доп. / Л.П. Владимирова. М.: Дашков и К°, 2008.

Дымникова А.И. Управление культурой в рыночной экономике / А.И. Дымникова. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2005.

Н.Н. Константинова, Т.П. Стасюк

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В РАМКАХ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ

Исследуются актуальные проблемы формирования и развития объектов инфраструктуры социальной защиты в регионе.

Ключевые слова: социальная инфраструктура; социальная защита; социальная работа.

We research topical problems of establishing and developing units of social security infrastructure in the regions.

Keywords: social infrastructure; social security; social work.

Построение региональных систем социальной защиты населения является необходимым условием стабилизации демографических, экономических, социальных, политических процессов и дальнейшего преодоления их негативных тенденций, т.е. достижения принципов устойчивого развития, как в отдельном субъекте, так и в стране в целом.

Совершенно очевидно, что для того, чтобы система могла эффективно работать, важно обеспечить ее всеми необходимыми ресурсами.

Обеспечивающий блок региональной системы социальной защиты включает в себя следующие элементы:

1. Организационно-кадровое обеспечение.
2. Инфраструктурное обеспечение.
3. Финансовое обеспечение.
4. Информационное обеспечение.
5. Правовое обеспечение.
6. Методологическое обеспечение.
7. Социально-психологическое обеспечение.

Инфраструктурное обеспечение является одним из ключевых элементов социальной защиты.

В литературе инфраструктура определяется как совокупность сооружений, зданий, систем и служб, необходимых для функционирования отраслей материального производства и обеспечения условий жизнедеятельности общества [2].

Обычно в каждом субъекте РФ имеется 4 усредненных блока отраслей и подотраслей материальной и нематериальной сферы: отрасли, определяющие специализацию региона в общероссийском разделении труда; местные специфические отрасли производства; производственная инфраструктура (отрасли непосредственно обслуживающие производство);

совокупность отраслей, создающих условия для нормальной жизнедеятельности населения региона (социальная инфраструктура).

Как правило, под социальной инфраструктурой понимается «совокупность объектов торговли, общественного питания, бытового обслуживания населения, жилищно-коммунального хозяйства, пассажирского транспорта, связи, здравоохранения, физической культуры и спорта, народного образования, культуры и искусства, деятельность которых направлена на удовлетворение личных потребностей, обеспечение жизнедеятельности, духовного и интеллектуального развития населения [3].

Н.И. Ларионова определяет социальную инфраструктуру как «социально-экономические отношения, возникающие в процессе удовлетворения потребностей населения». По ее мнению, категория «социальная инфраструктура» – это результат развития не только производства, но и, прежде всего, потребностей [5].

С точки зрения отраслевой классификации, к составу социальной инфраструктуры относят отрасли хозяйства, прямо и непосредственно обеспечивающие определенные условия жизнедеятельности и развития населения, а именно: медицинское обслуживание; сферу образования; сферу культуры; сектор физической культуры и спорта; жилищно-коммунальное хозяйство; общественный транспорт и средства связи; сектор бытового обслуживания населения; сектор социального страхования; сектор социальной защиты и обслуживания; рекреационный комплекс; туристско-экскурсионный и гостиничный комплекс.

Каждая отрасль социальной инфраструктуры включает в себя организации, предприятия, учреждения различных форм собственности.

К объектам социальной инфраструктуры как правило относят сооружения, предприятия и учреждения, объекты отраслей сферы обслуживания (торговли, общественного питания, бытового обслуживания, жилищно-коммунального хозяйства, транспорта и связи по обслуживанию населения, здравоохранения, социальной защиты, социального обеспечения, народного образования, культуры, искусства, кредитования и государственного страхования), деятельность которых направлена на удовлетворение потребностей общества, так как создает условия для оптимизации деятельности прежде всего самого человека [3].

При рассмотрении объектов и отраслей социальной инфраструктуры постоянно упоминается социальная защита. Очевидно, что объекты социальной инфраструктуры, относящиеся к социальной защите, в корне отличаются от других объектов и отраслей.

Если социальная инфраструктура призвана удовлетворять потребности всего общества, то объекты, относящиеся к социальной защите, обеспечивают жизнедеятельность той части общества, которая в такой защите нуждается: инвалидов, пенсионеров, детей-сирот и т.д. Сюда относится социальный транспорт, специальные учреждения, предприятия, оказывающие услуги в социальном туризме. Т.е., это весь комплекс отраслей и объектов инфраструктуры, который обеспечивает максимальную адаптацию и социализацию категорий граждан, которые не могут самостоятельно удовлетворять свои потребности.

Таким образом, из социальной инфраструктуры можно выделить такое понятие, как *инфраструктура социальной защиты*, представляющая собой специфическую подсистему социально-экономической системы и выступающая сферой производства и потребления различных услуг и духовных благ, связанных с необходимостью охраны здоровья, получения образования, удовлетворения культурных потребностей человека, создания жилищно-бытовых и других условий для жизни и деятельности, социализации и адаптации населения, нуждающегося в поддержке со стороны государства и общества. Наиболее обобщающим показателем развития инфраструктуры социальной защиты является максимально самостоятельное удовлетворение потребностей вышеназванной категории населения. Эта самостоятельность и лежит в основе различия между социальной защитой и социальным обеспечением.

В литературе и нормативно-правовой базе РФ понятия инфраструктуры социальной защиты не существует.

Так, в ст. 15 ФЗ «О социальной защите инвалидов в РФ» сказано, что «Правительство Российской Федерации, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации,

органы местного самоуправления и организации независимо от организационно-правовых форм создают условия инвалидам (включая инвалидов, использующих кресла-коляски и собак-проводников) для беспрепятственного доступа к объектам социальной инфраструктуры (жилым, общественным и производственным зданиям, строениям и сооружениям, спортивным сооружениям, местам отдыха, культурно-зрелищным и другим учреждениям), а также для беспрепятственного пользования железнодорожным, воздушным, водным, междугородным автомобильным транспортом и всеми видами городского и пригородного пассажирского транспорта, средствами связи и информации (включая средства, обеспечивающие дублирование звуковыми сигналами световых сигналов светофоров и устройств, регулирующих движение пешеходов через транспортные коммуникации)» [1].

Федеральный Закон «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» определил, что социальная инфраструктура для детей представляет собой систему объектов (зданий, строений, сооружений), необходимых для жизнеобеспечения детей, а также организаций независимо от организационно-правовых форм и форм собственности, которые оказывают социальные услуги населению, в том числе детям, и деятельность которых осуществляется в целях обеспечения полноценной жизни, охраны здоровья, образования, воспитания, развития детей, удовлетворения их общественных потребностей.

Проведенный анализ позволяет утверждать, что инфраструктура социальной защиты включает в себя систему объектов (зданий, строений, сооружений), необходимых для жизнеобеспечения, социализации и адаптации отдельных категорий граждан, а также государственных органов и учреждений независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности, имеющих своим назначением обеспечение услугами вышеназванных категорий населения.

К основным видам социальных услуг в соответствии с Национальным стандартом Российской Федерации, принятым и введенным в действие Постановлением Госстандарта России от 24.11.2003 г. № 327-ст, относятся социально-бытовые, социально-медицинские, социально-психологические, социально-педагогические, социально-экономические и социально-правовые услуги.

Инфраструктура социальной защиты обусловливает эффективность функционирования всего социально-экономического комплекса региона.

Инфраструктура социальной защиты в регионе существует на двух уровнях: объектном и функциональном (отраслевом).

На первом, объектном уровне, инфраструктура социальной защиты проявляется:

1. В состоянии жилищно-бытовой сферы жизнедеятельности населения и обустройстве территории. Это минимизированные условия комфортной жизнедеятельности граждан, нуждающихся в социальной защите.

Во-первых, должен быть обеспечен набор жилищно-бытовых условий, необходимых для нормального функционирования.

Во-вторых, в общей характеристике жилья и мест коллективного пользования должны быть достойно учтены условия для удовлетворения потребностей лиц с ограниченными физическими возможностями (инвалидов, лиц преклонного возраста, тяжелобольных и т.д.).

В-третьих, необходимо создание максимального комфорта в местах компактного проживания:

а) целенаправленное, разумное обустройство прилегающей к жилому массиву территории – детские площадки, школы, зоны отдыха, дороги, тротуары и пешеходные дорожки, хозяйственно-бытовые площадки, пандусы для инвалидов и т.д.;

б) создание на объектах коммунальных служб и служб социально-бытовых услуг населению ремонтно-эксплуатационных отделов, банков, различных мастерских, узлов связи, социальных магазинов, домов быта, парикмахерских, прачечных, химчисток, клубов, консультационных пунктов и т.п.

2. В объектах образования, здравоохранения, социального обслуживания. Это прежде всего больницы, поликлиники, детские сады и школы, в т.ч. коррекционные, школы-интернаты, дома престарелых. Основной целью в развитии этих объектов является максимальное их приближение к западным стандартам.

3. В объектах медицинского, природного и досугового свойства: оздоровительные комплексы, службы скорой медико-психологической помощи, кинотеатры, туристические агентства и бюро, оказывающие социальные туристские услуги, туристские базы, стадионы и спортивные городки, водоемы, парки, музеи и панорамы, выставки, церкви, приходы и т.д.

4. В объектах городского транспорта, схемах и режимах его движения, а также льготном для определенных категорий граждан регламенте его работы. В зарубежных странах имеется целый ряд социальных механизмов, стимулирующих активный образ жизни пенсионеров, инвалидов.

5. В производственных объектах, образовательных, правоохранительных и других учреждениях, а также в объектах специальных территорий, где значимыми являются потребности в восстановлении физических сил, в социальной адаптации граждан.

На втором – функциональном – уровне к инфраструктуре социальной защиты относят-

ся:

1) Социально-экономические, правовые, педагогические психологические и другие человеческие отношения в различных социальных группах, обуславливающие статус гражданина в обществе, приоритет его устройства и льгот, моральные и нравственные нормы жизни общества (например, отношения общества к инвалидам), типы взаимодействия в обществе и т.д. Они материализуются в нормативно-правовых документах, гражданских актах и практике разрешения жизненно важных ситуаций.

2. Все виды социальной поддержки граждан, нуждающихся в защите (вопросы переподготовки и трудоустройства, физическая и гуманитарная помощь, различные виды информационной и психологической поддержки, развитие программ социального туризма и т.д.).

3. Государственные и общественные организации, в т.ч. благотворительные, и сообщества, социальные агентства, реализующие социальные программы. Их многоуровневая структура позволяет охватить широкий спектр проблем теории и практики социальной защиты.

4. Информационная среда как часть инфраструктуры социальной защиты, представляющая собой интеграцию элементов и каналов информационного взаимодействия, позволяющих осуществлять адекватную социальную ориентацию различных категорий граждан, определять рациональные пути достижения личностных целей.

Объекты инфраструктуры социальной защиты создают условия, позволяющие отдельным категориям граждан реализовать себя, выполняют функции компенсации недостатков первичной социализации, обеспечивают приемлемый уровень жизни. Предпринимаемые меры по совершенствованию инфраструктуры направлены на развитие личности человека независимо от его возможностей, охрану его здоровья, расширение его возможностей по самореализации, максимальное проявление творческих возможностей, обеспечение его комфортного психологического и физического состояния.

К основным трудностям формирования инфраструктуры социальной защиты в России традиционно относятся недостаточное финансирование, отставание материально-технической базы, отсутствие кадрового обеспечения, слабость реабилитационных процедур.

Можно предложить следующие пути совершенствования региональной инфраструктуры социальной защиты:

а) повышение значимости этого вида инфраструктуры в рамках реализации государственной социальной политики и соответственно повышение статуса работающих в этой сфере;

б) проведение комплексной оценки существующей инфраструктуры социальной защиты, как в городской, так и сельской местности;

в) увеличение затрат из федерального, местных и региональных бюджетов на развитие инфраструктуры социальной защиты, привлечение частных средств (это может быть достигнуто путем развития института социальной ответственности бизнеса);

г) повышение профессионализма и уровня оплаты труда сотрудников, занятых в работе инфраструктуры социальной защиты.

Таким образом, перспективы развития эффективной и современной региональной инфраструктуры социальной защиты зависят от согласованной и грамотной политики государства и всего общества в целом.

Совершенствование инфраструктуры социальной защиты составляет самостоятельное направление развития государственной социальной политики. Ее развитие – показатель и результат эффективности управления на всех уровнях власти.

ЛИТЕРАТУРА

Федеральный закон от 24.11.1995 г. № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации».

Большой энциклопедический словарь. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Большая Российская энциклопедия, 1997.

Васильев В.П. Исследование взаимосвязей региональной производственной инфраструктуры. Проблемы функционирования и развития инфраструктуры народного хозяйства: монография / В.П. Васильев. М.: ВНИИСИ, 2000. 137 с.

Сергеев И. Развитие социальной сферы: приоритеты регулирования / И. Сергеев, Н. Кирсанова, И. Кирсанова // *Экономист*. 2007. № 1. С. 46–55.

Экономическая теория: курс лекций / В.А. Кудрявцев, Н.И. Ларионова, Е.Д. Абрамова и др.; под ред. В.А. Кудрявцева, Н.И. Ларионовой. Йошкар-Ола: Марийский государственный технический университет, 2008.

Е.В. Коротаев

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ УСЛУГ

Раскрываются особенности и анализируется характер взаимоотношений участников рынка социально значимых услуг, что позволяет выделить факторы повышения эффективности механизмов государственного регулирования сферы социальных услуг.

Ключевые слова: *регулирование; социальная сфера; социально значимые услуги; механизмы.*

We reveal particular features and analyze the nature of relations of participants of socially important services market which enables us to specify factors to increase efficiency of government regulation mechanisms in social services sphere.

Keywords: *regulation; social sphere; socially important services; mechanisms.*

Согласно современному подходу к структурированию общественного производства, процессы сервисизации российской экономики, начавшиеся с середины 90-х годов 20 века, способствовали росту сферы услуг в частном секторе и выходу нашей страны на мировой рынок (процессы глобализации), разрушая негативную систему ожиданий граждан к сфере услуг, сформированную за долгие годы участия государства в услуговом секторе экономики в качестве единственного поставщика, в том числе и социально значимых услуг. В этот период новое звучание приобрели вопросы «дифференциации и качества услуг», что теперь стало предусматривать способность производителя услуги устанавливать и постоянно отслеживать отношения с ее покупателем в целях максимизации степени удовлетворения его многообразных потребностей.

Таким образом, рассмотрение современных подходов к вопросам функционирования сферы услуг показало, что качество и эффективность функционирования отраслей, тяготеющих к субъектно-субъектному континууму отношений, раскрываются через результативность интерперсонального взаимодействия производителя / поставщика и потребителя товаров и услуг данной отрасли, что применимо и к сфере производства социально значимых услуг.

В соответствии с данным положением эффективность хозяйственного механизма регулирования сферы услуг должна отвечать условию объективной закономерности: чем больше вид услуговой деятельности по характеру тяготеет к субъектно-субъектному континууму отношений, тем больше уровень зависимости эффективности процесса оказания

услуги от результативности интерперсонального общения между производителем / поставщиком и потребителем услуги.

Эффективность хозяйственного механизма регулирования сферы услуг должна обеспечиваться не только результативностью деятельности субъекта регулирования, но в первую очередь зависит от новых требований, предъявляемых к системам обеспечения населения услугами, то есть с учетом территориальных, демографических и других социально-экономических особенностей и характера потребностей населения в услуговых видах деятельности. Данные требования наиболее эффективным образом раскрываются через технологии интерперсонального взаимодействия государственных органов, частных производителей социально значимых услуг с непосредственными потребителями (населением). Такое взаимодействие сегодня происходит в рыночном формате, то есть строится по рыночным законам обмена и имеет сложную структуру.

Нами также была разработана графическая схема функционирования рынка социальных услуг. В соответствии с данной схемой рынок услуг является подсистемой экономической системы страны и функционирует в соответствии с рыночными законами товарного производства и денежных отношений, что предполагает наличие производителя, посредника и потребителя услуг, а также раскрывает сложную структуру обменных процессов, происходящих между ними (см. рисунок).

Сам процесс оказания услуг реализуется за счет интерперсонального взаимодействия между производителем и потребителем социально значимой услуги (1). Организатор-

посредник, преодолевая институциональные барьеры, реализует по отношению к населению функции мониторинга и фиксирования изменения потребностей потребителей социально значимых услуг (2) и через опосредованное взаимодействие корректирует общественный заказ (определяет спрос) на социально значимые услуги. В то же время, организатор-посредник реализует функции согласования и закрепления рыночного предложения социально значимых услуг (3) через опосредованное взаимодействие, формируя и закрепляя рыночное предложение, определив

объемы, источники финансирования.

Таким образом, повышение эффективности функционирования рынка социально значимых услуг зависит от уровня развитости технологий опосредованного взаимодействия посредника-организатора (гос. органов) с потребителями услуг и их поставщиками, построение которых должно основываться на учете регионального аспекта (8) взаимодействия участников рынка социально значимых услуг с учетом территориальных, демографических, социально-экономических особенностей территорий.

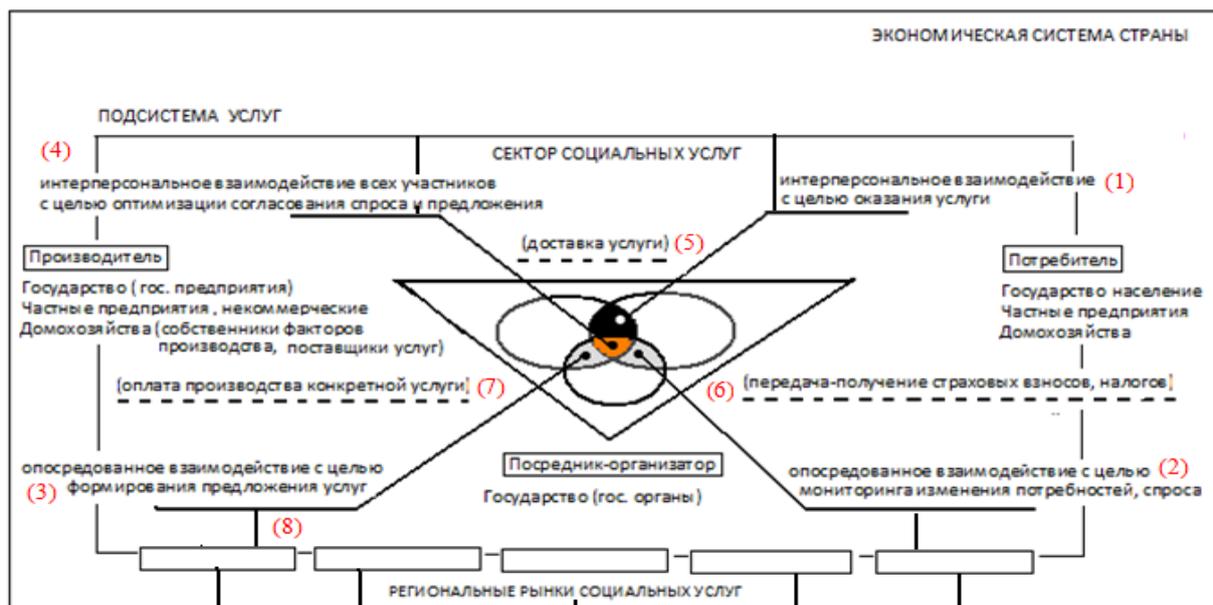


Схема функционирования рынка социальных услуг

ЛИТЕРАТУРА

Иноземцев В. Структурирование общественного производства в системе постиндустриальных координат (методологические аспекты) // В. Иноземцев // Российский экономический журнал. 1997. № 11–12. С. 66.

Иноземцев В. Структурирование общественного производства в системе постиндустриальных координат (методологические аспекты) // В. Иноземцев // Российский экономический журнал. 1997. № 11–12. С. 66.

И.В. Кугаро, Т.Б. Очирова, С.Н. Сапелко

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВИТЕЛЬНОГО ЭТАПА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Раскрыты некоторые аспекты стратегического планирования и развития электронной коммерции в гостиничной индустрии, а также методы и способы выбора провайдера телекоммуникационных услуг, пакетов программ и системы защиты в гостиничной индустрии и туризме.

Ключевые слова: туризм; гостиничная индустрия; система защиты информации; глобальные системы бронирования.

We research certain aspects of strategic planning and e-commerce development in hotel industry, as well as methods and ways to choose a telecommunication services provider, software packages and protection system in hotel industry and tourism.

Keywords: tourism; hotel industry; information protection system; global booking systems.

На современном этапе развития гостиничной индустрии отличительной особенностью информатизации всех процессов оказания услуг является высокий уровень проникновения Интернет-технологий. Однако, как показывают исследования аналитических компаний, основным способом использования данных технологий является организация виртуальных туров по зданиям и территории гостиниц, бронирования номеров и различные маркетинговые мероприятия. Развитие электронной коммерции уже значительно повлияло на информационное поле в туризме и гостиничном бизнесе, но следует также отметить недостаточную интенсивность использования всего разнообразия ее видов в туризме.

Электронная коммерция в целом базируется на использовании Интернет-технологий. Электронная коммерция в гостиничном сервисе, как и в любой другой сфере, включает три составляющих: участники (государственные органы, субъекты хозяйствования, потребители), сети (корпоративные, Интернет, коммерческие, экстранет) и процессы (исследование рынка, продажи, расчеты, поддержка и др.)

Интенсивность внедрения всевозможных видов электронной коммерции зависит от инфраструктуры телекоммуникаций объекта гостиничной индустрии. Нельзя отрицать огромное влияние результатов развития электронной коммерции на расширение информационного поля и минимизацию издержек в гостиничной индустрии. Использование поисковых систем Web-сайтов в Интернете, онлайн-овых систем закупок, управления и об-

мена информацией связано как с высокой потребностью в снижении косвенных затрат и транзакционных издержек, так и с растущей потребностью в повышении конкурентоспособности гостиничной услуги. Все эти факторы вынуждают менеджмент гостиничной индустрии не только использовать отдельные функциональные возможности IT-технологий, но и создавать стратегические планы развития электронной коммерции.

Построение стратегического плана базируется на двух платформах применения электронной коммерции в гостиничном хозяйстве: экстранет, связывающий гостиницу с поставщиками и клиентами, и интранет – связь между несколькими гостиницами, или гостиницами и головным офисом. На подготовительном этапе планирования возникает необходимость решения проблем в следующих аспектах:

- выбор провайдера телекоммуникационных (интернет, web-хостинг) услуг;
- выбор пакетов программ (системы бронирования, администрирования);
- защита корпоративной и персональной информации.

Интернет-провайдер – юридическое лицо (организация), реализующее услуги доступа к сети Интернет и прочие услуги, связанные с Интернетом. Провайдеров доступа можно разделить на первичных (магистральных), имеющих каналы связи (магистраль) в собственности; и вторичных (местных), арендующих магистральные каналы у первичных. Как правило, первичные провайдеры реализуют трафик только в больших объемах для прочих (вторичных) провайдеров. Немало-

важным фактором при выборе провайдера является наличие возможности предоставления качественной связи для IP-телефонии. Данная технология позволяет значительно снизить затраты на междугородные и международные переговоры. Использование компьютерной телефонии намного ускоряет процесс управления на предприятиях, повышая его эффективность и качество при общем снижении затрат. Сейчас на рынке появились специальные фирмы-операторы, имеющие собственную сеть с PIN-кодом, что позволяет звонить с любого телефона и на любой телефон в разные страны. Это удобно и для гостиницы, так как не приходят счета от телефонной компании, и их не надо обрабатывать сотрудникам и бухгалтерам, и для гостя, который может позвонить с любого телефона (сидя в ресторане, кафе), не поднимаясь к себе в номер.

Чтобы продать услугу по размещению, гостиничному менеджменту необходимо своевременно по оптимальной цене разместить информацию в максимальном количестве мест на разных рынках. Выбор пакетов программ осуществляется по трем направлениям: автоматизация бизнес-процессов внутри гостиницы, создание внешней информационной системы и объединение интранет- и экстранет-систем в одну среду. Следовательно, выбранное программное обеспечение должно решать следующие бизнес-задачи: наличие системы для совершения платежей в онлайн-режиме; членство в той или иной глобальной системе бронирования; программное обеспечение промежуточного уровня (аутентификация, обработка транзакций и т.д.); утилиты для анализа и создания отчетов; сервисные утилиты (управление сделками, системы управления контентом и т.д.). Глобальные системы бронирования (Global Distribution Systems, GDS) – важное звено организации гостиничных продаж через сеть турагентств корпоративным клиентам и потребителям во всем мире. В настоящее время наиболее популярны четыре GDS-системы: Amadeus предоставляет доступ к системам бронирования поставщиков (отелей) для агентств, расположенных преимущественно в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке; Galileo/Apollo предоставляет доступ к системам поставщиков для 44 тысяч агентств; Sabre – самая крупная система бронирования, осуществляющая связь поставщиков с более чем 50 тыс. агентств по всему миру; Worldspan предоставляет доступ к базе данных приблизительно 700 поставщиков по всему миру. Не все потенциальные клиенты могут воспользоваться сайтом отеля для бронирования, впрочем, и не все турагентства имеют терминалы GDS-систем. Интернет-системы бронирования – это продукт агентств-посредников, предлагающих услуги поставщиков (авиаком-

паний, отелей) на своих сайтах с возможностью бронирования онлайн. Говоря о реальном режиме времени, мы подразумеваем, что бронирование на сайте интернет-агентства автоматически отражается в системе бронирования отеля/гостиничной компании. Ведь именно оттуда берется информация о наличии номеров, ценах и т.п.

Существуют следующие виды соединений между этими сайтами:

1. GDS-системы;
2. Switch-системы, например Pegasus, отвечающие за перевод языков двух систем;
3. XML-соединение (взаимное программирование двух систем).

Каждый посредник в цепи стыковки систем гостиничной компании и интернет-агентства преследует свой интерес и, соответственно, берет плату за услуги в виде комиссионных либо транзакционных платежей. Следовательно, вариант соединения через GDS-системы будет для отеля самым дорогим, а через XML самым дешевым. Интернет-агентства предлагают отдельные бронирования, а также в пакете, как прямым клиентам, т.е. конечным пользователям (Business to Customer или B2C рынок), так и туркомпаниям, бронирующим услуги для своих клиентов (Business to Business, или B2B рынок). В первом случае отель назначает комиссионные цены, выплачивая вознаграждение посреднику в виде комиссионных по факту проживания. Во втором случае используются цены нетто, позволяющие Интернет-агентству формировать свою цену, используя определенный уровень маржи. В случае B2B рынка отелю следует помнить, что цена продажи услуг на сайте Интернет-агентства не должна быть ниже предлагаемой сайтом посредника, иначе нарушается фундаментальный принцип электронной дистрибуции, а для гостиничной сети политику взаимодействия с Интернет-агентствами определяет руководство, и ее отели пользуются результатами этих договоренностей.

Защита корпоративной и персональной информации участников электронной коммерции требует, чтобы в системе безопасности были предусмотрены следующие возможности: обеспечение конфиденциальности информации в процессе ее создания, хранения, обработки, обмена; контроль целостности данных при их обработке и передаче по каналам связи; аутентификация информации, включая вопросы подлинности, авторства и времени создания; идентификация участников информационного обмена; предотвращение несанкционированного доступа к ресурсам информационно-вычислительных систем, в том числе изменения процессов их функционирования. Необходимость и целесообразность интеграции базовых программных тех-

нологий привели к формированию новых требований по повышению качества, скорости и безопасности программных комплексов, обеспечивающих высоконадежное функционирование программных средств реализации компонент электронного бизнеса. Интеграция программных средств обработки информации и средств ее доставки приводит к необходимости создания комплексных программных систем защиты. Комплексная система защиты информации должна строиться с учетом средств и методов, характерных для четырех уровней экономической информационной системы: уровня прикладного программного обеспечения, отвечающего за взаимодействие с пользователем; уровня системы управления базами данных, отвечающего за хранение и обработку данных информационной системы; уровня операционной системы, отвечающего за функционирование системы управления базами данных (СУБД) и иного прикладного программного обеспечения; уровня среды доставки, отвечающего за взаимодействие информационных серверов и потребителей информации. Система защиты должна эффективно функционировать на всех этих уровнях.

Принятие решений по вышеперечисленным проблемам создает перечень определенных ограничений, в рамках которых развитие электронной коммерции для конкретного объекта гостиничной индустрии может све-

стись к электронной продаже дополнительных услуг.

В настоящее время электронная коммерция в индустрии туризма основана на применении персональных компьютеров. В связи с повышением мобильности современного общества в дальнейшем планируется переход от использования персональных компьютеров к использованию мобильных телефонов. Это объясняется тем, что современные сотовые сети имеют большую зону охвата и просты в применении для рядовых пользователей. Это позволит в будущем использовать мобильные телефоны для выполнения простейших операций в индустрии туризма.

ЛИТЕРАТУРА

Волков А. Электронная дистрибуция в гостиничном бизнесе / А. Волков. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.gaomoskva.ru

Климченя Л.С. Электронная коммерция / Л.С. Климченя. Минск: Изд-во «Высшая школа», 2004.

Плотникова Н.И. Комплексная автоматизация туристского бизнеса / Н.И. Плотникова. М.: Изд-во «Советский спорт», 2001.

Пярин В.А. Безопасность электронного бизнеса / В.А. Пярин, А.С. Кузьмин, С.Н. Смирнов. М.: Изд-во «Гелиос АРВ», 2002.

А.В. Кучумов

СОСТОЯНИЕ И СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Рассматриваются состояние и перспективы развития туризма в Ленинградской области. Предложены программы развития и поддержки туризма.

Ключевые слова: туризм; стратегия развития; программы развития; инвестиции; транспорт.

We look at state and prospects of tourism development in Leningrad region. Programmes of tourism support and development are offered.

Keywords: tourism; development strategy; development programmes; investment; transport.

В настоящее время Ленинградская область является одним из основных регионов, через которые проходят транспортные коридоры, такие как автомобильные дороги, водные, железнодорожные, судоходные и воздушные пути, соединяющие Россию с ближним и дальним зарубежьем. Пассажирооборот транспорта в России по междугородному сообщению занимает наибольшую долю по сравнению с международным, что значительно влияет на экономику. По данным Госкомстата России количество международных перевозок пассажиров в 2008 г. увеличилось на 52,8% по сравнению с 2004 г., что отражено в табл. 1 (Российский статистический ежегодник, 2008. С. 519).

Для развития и поддержки экономического и туристского развития Ленинградской области, имеющей общую границу с Европейским союзом по морю и суше, руководство Ленинградской области формирует програм-

му развития транспортно-логистического комплекса. Эта программа является одним из важнейших направлений стратегического развития туризма в регионе. В документе были разработаны и приняты программы развития и поддержки транспорта и транспортной инфраструктуры, а так же содействия ускорению установления границ морских портов региона и открытию в них пунктов таможенных пропусков. Кроме того, власти области планируют поддержать проект ЗАО «Северо-Западный морской порт» по развитию порта, железнодорожных и автодорожных подходов к новому району «Горки» на принципах государственно-частного партнерства и разработать совместно с Октябрьской железной дорогой концепцию железнодорожного обслуживания нового портового района.

Другим важным направлением развития Ленинградской области является усиление рекреационной функции региона. Согласно

Таблица 1

Перевозки пассажиров транспортом общего пользования по видам сообщения (миллионов человек)

	2004	2005	2006	2007	2008
Международное сообщение^{*)} – всего	17,283	18,203	19,6	23,703	26,407
железнодорожное ^{**)}	0,5	0,5	0,6	0,4	0,4
автобусное	1,8	1,7	1,6	1,9	1,6
морское ^{***)}	0,003	0,003	-	0,003	0,007
внутреннее водное ^{***)}	0,08	0,1	0,1	0,5	0,8
воздушное	14,9	15,9	17,3	20,9	23,6
Междугородное сообщение – всего	338	320	320	326	315
в том числе:					
железнодорожное (дальнее сообщение, включая международное)	132	134	135	137	136
автобусное	184	164	162	161	150
морское (каботажное без портовых судов) ^{***)}	0,07	0,07	0,07	0,5	0,1
внутреннее водное (дальнее сообщение) ^{***)}	1,3	1,3	1,1	1,6	1,0
воздушное	20,3	20,7	22,3	25,9	27,8

^{*)} С 2000 г. – включая сообщение со странами СНГ.

^{**)} Здесь и далее без учета пассажиров, купивших билеты в странах СНГ и Балтии.

^{***)} С 2007 г. – по организациям всех видов экономической деятельности.

«Концепции развития туризма в Ленинградской области на 2009–2012 гг.» приоритетными признаны следующие виды туризма: экскурсионно-познавательный туризм, водный туризм, сельский туризм, активный туризм и социальный туризм. Так, по данным Государственного комитета по статистике РФ, видно, что в 2008 г. по сравнению с предыдущими годами увеличилось число прибытий иностранных граждан в Россию и число выездов российских граждан за границу по таким целям поездок, как служебная, туризм, частная, транзит и обслуживающий персонал (табл. 2) (Туризм в цифрах, 2009. С. 22).

В Ленинградской области (в т.ч. в Выборгском, Приозерском и Всеволожском районах) насчитывается около 400 так называемых мест размещения, где одним из перспективных является юг области, в частности Лужский район с многочисленными озерами. Данный район имеет огромный потенциал по развитию яхтенного туризма, влекущему за собой создание береговой инфраструктуры: причалов, станций обслуживания, заправок, отелей и т.д.

Также планируется активная поддержка развития сельского и экологического туризма, требующая инвестиционных вложений, как иностранных, так и государственных, в гостиничную и туристскую инфраструктуру, которая в последующем принесет доход не только в бюджеты муниципальных образований и для инвесторов, но и для каждого жителя региона.

Стратегия организации инвестиционных туристских и гостиничных комплексов на территории Ленинградской области направ-

лена на развитие существующих специальных территорий, создание новых районов для размещения гостиничных предприятий, туристско-логистических центров, социально-коммунальных объектов.

Также для развития и поддержки туризма администрацией Ленинградской области были разработаны различные предложения по организации новых туристско-инвестиционных комплексов на соединениях автомобильных дорог, актуальных для области и города, полукольцом вдоль рек – Волхов, Тигода, Луга.

Туристско-логистические комплексы желательнее основывать на базе существующих промышленно-производственных комплексов с улучшением инфраструктуры, с возможностью принятия решений по вопросам логистического обустройства главных объектов на период возведения новых сооружений.

Рассматривается возможность создания в Кингисеппском районе Ленинградской области особой экономической зоны (ОЭЗ), которая приведет к повышению конкурентоспособности в области туризма, и российского морского торгового порта «Усть-Луга», как следствие, это приведет к повышению эффективности работы действующих предприятий и привлечению новых организаций, направленных либо на производство экспортоориентированных товаров и услуг, либо на использование импортируемых товаров и услуг не только в Санкт-Петербурге и прилегающих к нему районах, но и в других районах региона, по которым пролегает транзитный путь (Республика Карелия, Новгородская, Вологодская,

Таблица 2

Въезд в Россию иностранных граждан и выезд за границу российских граждан по целям поездок^{*)}

(страны дальнего зарубежья; тысяч поездок)

	Число прибытий иностранных граждан в Россию ^{**)}								Число выездов российских граждан за границу ^{***)}							
	1995	2000	2003	2004	2005	2006	2007	2008	1995	2000	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Всего	5311	7410	8148	8661	9398	8818	8347	8551	8396	9819	11645	13147	14838	15666	18690	20464
в том числе по целям поездок:																
служебная	2186	1997	2038	2057	2591	2417	2293	2945	1696	1611	1985	1748	1864	1898	1712	1614
туризм	1787	2215	2779	2637	2251	2275	2123	2168	2555	4252	4615	5791	6405	7132	9039	10822
частная	544	2239	2404	3016	3516	3134	2853	2389	2925	2867	3614	4194	5149	5246	6070	6072
транзит	84	90	131	131	148	109	133	105	-	-	-	-	-	-	-	-
обслуживающий персонал ^{****)}	710	869	796	820	892	883	945	945	1220	1089	1431	1414	1420	1390	1869	1956

^{*)} Приведены данные ФСБ России (Пограничная служба).

^{**)} Без учета въехавших на постоянное место жительства.

^{***)} Без учета выехавших на постоянное место жительства и военнослужащих.

****) Водители автотранспортных средств и экипажи морских, речных и воздушных судов, бригады железнодорожного транспорта.

Псковская области).

Так же планируется размещение современных гостиничных предприятий в таких областях, как Новгородская, Псковская, Вологодская, Республика Карелия. Так, на основании ФС Государственной статистики видно, что число размещенных лиц в гостиницах, санаторно-курортных организациях и в организациях отдыха по сравнению с 2005 годом увеличилось на 25% (табл. 3) (Туризм в циф-

рах, 2009. С. 27).

При поддержке руководства Ленинградской области для развития и поддержки экономики туризма была создана научно-исследовательская группа для проведения постоянного мониторинга в области туризма и гостиничного хозяйства. Данной группой была разработана концепция социально-экономического развития региона на период до 2013 года и стратегическую перспективу до 2025 года.

Таблица 3

Численность лиц, размещенных в гостиницах, санаторно-курортных организациях и организациях отдыха (тысяч человек)

	Численность размещенных лиц – всего			в том числе											
				граждан России						иностранцев граждан					
	2000 2005 2008			всего			из них детей			стран дальнего зарубежья			стран СНГ		
				2000	2005	2008	2000	2005	2008	2000	2005	2008	2000	2005	2008
Всего	25073,4	28410,9	35454,8	22001,0	24810,1	31532,3	2458,3	2669,2	2843,6	1844,1	2778,7	3010,0	1228,3	822,1	912,5
в том числе:															
гостиницы и аналогичные средства размещения;	16559,3	18546,8	24757,6	13607,0	15046,9	20949,9	359,9	456,4	666,2	1787,9	2725,6	2969,4	1164,4	774,3	838,2
санаторно-курортные организации и организации отдыха – всего,	8514,1	9864,1	10697,3	8394,0	9763,2	10582,5	2098,4	2212,8	2177,4	56,2	53,1	40,6	63,9	47,8	74,2
из них:															
санаторно-курортные организации;	4583,7	5941,2	6356,5	4524,3	5882,8	6297,1	1197,9	1585,2	1538,0	20,6	21,4	14,3	38,8	36,9	45,1
организации отдыха;	3345,8	3411,0	3798,9	3305,2	3397,6	3770,1	763,7	537,6	553,6	22,2	5,8	8,8	18,4	7,6	19,9
туристские базы	584,6	313,6	364,8	564,5	310,6	361,7	136,8	71,6	76,9	13,4	1,7	1,0	6,7	1,3	2,0

ЛИТЕРАТУРА

Российский статистический ежегодник–2008: стат. сб. / Росстат. М., 2008. 847 с.
Туризм в цифрах–2009: стат. сб. / ИИЦ

«Статистика России; Федеральное агентство по туризму. М.: ИИЦ «Статистика России», 2009. 38 с.

Л.С. Лычкина

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СПЕЦИФИКУ И ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ЖИЛИЩНОГО И КОММУНАЛЬНОГО КОМПЛЕКСОВ СЕВЕРА ЕВРОПЕЙСКОЙ ЧАСТИ РОССИИ

Исследуются проблемы привлечения инвестиций в жилищную сферу, а также региональные особенности совершенствования организационно-экономического механизма жилищного процесса.

Ключевые слова: жилищная сфера; инвестиционный процесс; инвестиционная привлекательность; сектор наемного жилья.

We research problems of attracting investment in housing sphere as well as regional particular features of improving economic-organizing mechanism of housing process.

Keywords: housing sphere; investment process; investment attraction; rented accommodation sector.

Уровень развития жилищной сферы влияет на экономический рост народного хозяйства и неразрывно связан с социальным потреблением, так как улучшение жилищных условий было и остается одной из самых приоритетных потребностей граждан. Развитие жилищной сферы стимулирует производство в смежных отраслях, способствует созданию дополнительных рабочих мест, аккумулярованию финансовых ресурсов, влияет на социальную стабильность в стране посредством обеспечения необходимого уровня качества жизни граждан.

В связи с этим особую актуальность приобретает решение проблемы привлечения инвестиций в жилищную сферу и совершенствование организационно-экономического механизма жилищного процесса. Жилищная сфера включает сферу производства и часть сферы услуг (табл. 1).

Инвестиционный процесс в жилищной сфере представляет собой социально-экономические отношения, связанные с инвестированием в различные объекты жилищной сфе-

ры в рамках сложившихся организационно-правового и организационно-экономического механизмов регулирования данной сферы, с целью достижения наиболее эффективного использования имеющихся ресурсов и высоких экономических, социальных результатов [4. С. 56].

Государство в лице федеральных и муниципальных органов управления может включаться в процесс финансирования на всех этапах инвестиционного цикла, стимулируя привлечение инвестиций и повышая инвестиционную привлекательность всех отраслей народного хозяйства. Наличный инвестиционный потенциал каждого региона и единая политика инвестирования являются необходимыми условиями для достижения стартовых темпов оживления производства и последующего экономического роста

Предприятия и организации жилищно-коммунального комплекса (ЖКК) Севера функционируют в сложных условиях, связанных с суровыми природно-климатическими факторами, удаленностью и труднодоступ-

Таблица 1

Основные составляющие жилищной сферы

ЖИЛИЩНАЯ СФЕРА	
Сфера производства	Сфера услуг (жилищно-коммунальный комплекс)
<ul style="list-style-type: none">• Проектирование объектов жилищного фонда• Строительство• Реконструкция• Модернизация и капитальный ремонт жилых зданий• Снос ветхого жилья	<ul style="list-style-type: none">• Сбор, вывоз и утилизация бытового мусора• Теплоснабжение• Электроснабжение• Техническое обслуживание жилищного фонда• Озеленение• Водоснабжение жилищного фонда

ностью многих северных районов, неразвитостью транспортной сети. К основным факторам, увеличивающим издержки ЖКК в условиях Севера, можно отнести: более высокие затраты на оплату труда сотрудников жилищно-коммунального комплекса (районный коэффициент – 40%, полярные надбавки – 80%); высокие затраты на поддержание и обновление основных фондов вследствие урографических особенностей местности, таких как выход каменных пород; ускоренная амортизация сетей, оборудования, материалов; значительные транспортные издержки на поставку топлива; вследствие высоких затрат времени на своевременную поставку расходных материалов – необходимость создания запасов длительного хранения потребляемой продукции и сырья (изоляционные материалы, кровельное покрытие, трубопроводные материалы, котлы отопительные, приборы учета энергии); повышенную экологическую уязвимость природной среды Севера, требующей крупных вложений на восстановительные мероприятия.

Деградация ЖКК негативно отражается на развитии трудового потенциала северных регионов, обостряет проблемы труда. Существенно изменился их статус, так как из трудоизбыточных эти регионы превратились в трудонедостаточные. Крайне негативное влияние северных факторов осложняет развитие как регионального социума в целом, так и трудового потенциала региона, удорожает жизнеобеспечение и жизнедеятельность граждан. Основные факторы, характеризующие региональные особенности жилищной сферы, представлены на рисунке.

Рассмотрим факторы, влияющие на специфику и инвестиционную привлекательность жилищного и коммунального комплексов регионов Севера Европейской части России на примере Мурманской области. Так, например, климатические и географические особенности оказывают существенное влияние на проектирование и строительство зданий и сооружений, требуют особых технологий для надежного обеспечения генерации, преобразования и передачи электроэнергии на большие расстояния в условиях низких температур и пронзительных ветров.

Характерные проблемы жилищно-коммунального комплекса северных территорий в связи с климатическими и географическими особенностями: для расчета удельных отопительных характеристик температура внутри помещений принимается 20° по Цельсию (в среднем по России – 18°C); из-за суровой и продолжительной зимы отопительный период длится до 10 месяцев, поэтому удельные отопительные характеристики на 37% выше, чем в среднем по России; автономные котельные и электростанции должны иметь двойной за-

пас по установленной мощности и аварийный источник энергоснабжения – требования надежности, что значительно удорожает стоимость строительства и увеличивает эксплуатационные затраты; повышенные требования к строительным конструкциям, возводимым в районах вечной мерзлоты также сказываются на стоимости объемов строительства, ремонтов и основных фондов.

Производственный потенциал Мурманской области в январе 2010 года представлен следующими данными (табл. 2).

В целом по рассмотренным в табл. 2 экономическим видам деятельности можно сделать вывод о доминировании обрабатывающих производств (а в их составе металлургического производства), добычи полезных ископаемых, производства и распределения ресурсов, торговли и строительства, которые в январе 2010 года по сравнению с январем 2009 года существенно возросли.

Основу экономического развития Мурманской области составляет богатый природно-ресурсный потенциал, определяющее значение в котором принадлежит минеральным и морским биологическим ресурсам. Выявление уникальных ресурсов углеводородного сырья на арктическом шельфе принципиально меняет перспективы и направления развития топливно-энергетического комплекса и сопряженных отраслей не только Мурманской области, но и России в целом. Мурманская область получила возможности реализовать несколько долгосрочных инвестиционных проектов, представленных в табл. 3.

В течение 2006–2009 годов доля строительства в валовом региональном продукте Мурманской области снизилась. В 2006 году она составляла 6,3%, а в 2009 году снизилась до 2,4%. Численность занятых в строительстве в 2006 году составила 5,2% от общей численности занятых в экономике области, что также ниже общероссийских показателей. Количество строительных организаций в 2009 году составляет менее половины от уровня 1990 г.

Основные фонды строительных организаций Мурманской области характеризуются высокой степенью износа, превышающей как средний по области износ основных фондов (47,7% на конец 2009 года), так и в целом по России (41,4%). В крупных и средних субъектах хозяйствования экономического вида деятельности «Строительство» на конец 2009 года полностью изношенными были 16,3% всех основных фондов (в среднем по Российской Федерации этот показатель составляет 12,2%). Кроме того, доля инвестиций в основной капитал строительных организаций почти на порядок ниже соответствующего среднероссийского показателя. В число факторов, сдерживающих деятельность строительных



Схема взаимодействия факторов, определяющих региональные особенности жилищной сферы

Таблица 2

Производство товаров и услуг по видам экономической деятельности Мурманской области

Экономические виды деятельности	Январь 2010	В % к январю 2009
Всего	31963,0	116,8
Сельское хозяйство, охота и предоставление услуг	93,5	87,1
Рыболовство, рыбоводство	931,7	62,3
Добыча полезных ископаемых	5584,6	191,5
Обрабатывающие производства	3749,9	105,1
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	5927,2	123,7
Строительство	1681,6	161,4
Оптовая и розничная торговля	9268,7	112,5
Транспорт и связь	2861,8	92,5
Операции с недвижимым имуществом, аренда	135,1	83,0
Предоставление коммунальных услуг	173,4	70,1

Примечание. Таблица составлена автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики, млн. руб., в действующих ценах [3].

Таблица 3

Основные инвестиционные проекты Мурманской области на период 2010–2015 годов [1]

Наименование инвестиционного проекта	Объем инвестиций, в долл. США	Численность работающих, чел.	Сроки реализации проекта, лет
Комплексное освоение Штокмановского газоконденсатного месторождения, включая завод по производству сжиженного природного газа и портовый транспортно-технологический комплекс по его отгрузке	44 млрд., в т.ч. 17 млрд. – на территории области	1500	2008-21
Портовый комплекс по перегрузке нефти и нефтепродуктов на западном берегу Кольского залива	1,7 млрд.	450	2009-21
Нефтеперерабатывающий завод на западном берегу Кольского залива	1 млрд.	470	2009-15
Мурманская ТЭЦ-2	1,5 млрд.	530	2012-14
Контейнерный терминал в Мурманском морском торговом порту	800 млн.		2009-13
Строительство горно-обогатительного комбината на базе месторождений платиноидов «Федора Тундра»	640 млн.	700	2009-12
Портовый перегрузочный комплекс для угля и генеральных грузов	530 млн.	530	2009-15
Строительство горно-металлургического комбината на базе месторождения ильменит-титаномагнетитовых руд «Юго-Восточная Гремиха»	415 млн.	1000	2009-15
Строительство горно-обогатительного комбината на базе месторождения апатито-нефелиновых руд «Олений ручей»	330 млн.	1200	2009-11

предприятий, следует включить высокую стоимость строительных материалов и недостаток квалифицированных кадров. Однако наиболее значимым фактором является рост цен на строительные материалы.

Основные тенденции развития отраслей строительного комплекса Мурманской области в среднесрочной и долгосрочной перспективе, на наш взгляд, в существенной мере будут зависеть от спроса на услуги комплекса, который значительно возрастет. Такой рост связан с планами осуществления крупномасштабных инвестиционных проектов и, прежде всего, освоением Штокмановского газоконденсатного месторождения, развитием Мурманского транспортного узла, реконструкцией действующих и строительством новых горно-промышленных и других предприятий. Это потребует наращивания производственных мощностей субъектов хозяйствования строительного комплекса. Его наиболее существенным ресурсным ограничением будет кадровое обеспечение, особенно за счет местных квалифицированных рабочих и инженерно-технических специалистов.

В 2005 году была разработана отраслевая «Стратегия развития строительного комплекса Мурманской области до 2015 года». Она предусматривала, в частности, рост строительства нового жилья к 2015 году по сравнению с 2004 годом в 3,5 раза, а увеличение

объемов инвестиций в реконструкцию и капитальный ремонт жилых домов в 12,5 раз. Однако предусмотренные данной Стратегией темпы роста строительства и реконструкции жилищного фонда, в первые годы ее реализации пока не достигнуты.

Таким образом, рост строительного комплекса Мурманской области можно оценить как неудовлетворительный для перспективного развития региона. Строительный комплекс пока не располагает необходимыми ресурсами (трудовыми, материально-техническими) для реализации намечаемых крупных проектов на территории области, в основном собственными силами.

Существующие проблемы в развитии трудового потенциала и рынка труда Мурманской области состоят в ухудшении некоторых показателей, характеризующих развитие человеческого потенциала области в 2009 году; сокращении численности населения из-за миграционной и естественной убыли, снижении показателей здоровья, нарастающем отставании продолжительности жизни от средней по стране; замедлении темпов роста образовательного уровня населения региона; сокращении численности экономически активного населения, обуславливающим снижение трудового потенциала Мурманской области, что выступает ресурсным ограничением дальнейшего экономического роста; сниже-

нии качественных характеристик трудовых ресурсов, проявляющемся в ухудшении профессионально-квалификационной структуры занятых (снижение доли занятых в сфере образования, науки и рост удельного веса неквалифицированных рабочих), а также структуры занятых по уровню образования, что является фактором замедления социально-экономического развития области; дисбалансе структуры подготовки кадров и потребностей экономики области в специалистах; территориальной (на уровне муниципальных образований) несбалансированности спроса и предложения на рынке труда; высокой, с тенденцией роста, долей занятых во вредных, не отвечающих санитарно-гигиеническим нормам и опасных условиях труда в основных отраслях экономики области; значительной дифференциации уровней оплаты труда; низкой эффективности использования трудовых ресурсов, проявляющейся в снижающихся темпах роста производительности труда.

В то же время сложились и позитивные тенденции в развитии объектов жилищно-коммунального комплекса: государственная поддержка финансирования проектов по совершенствованию жилищно-коммунального хозяйства; появление малоэтажного жилищного строительства. Негативные тенденции в развитии ЖКК состоят в том, что, несмотря на активизацию жилищного строительства, его объем остается низким; продолжает нарастать физический износ и моральное старение жилищного фонда и объектов коммунальной инфраструктуры, уменьшаются темпы их капитального ремонта; наблюдается высокий рост стоимости жилищно-коммунальных услуг [2].

Основные проблемы в жилищно-коммунальной сфере Мурманской области, как нам представляется, заключаются в низком качестве существующего жилого фонда и коммунальной инфраструктуры, что вызывает повышенные затраты на их содержание; существенно уменьшившемся уровне нового жилищного строительства, отсутствии системы региональных и муниципальных гарантий под новое строительство, поддержки развития инфраструктуры по освоению земельных участков; недостаточности собственных ресурсов регионального и муниципальных бюджетов для поддержки ускоренной модернизации и реконструкции ЖКК и объектов коммунальной инфраструктуры.

Таким образом, состояние жилищно-ком-

мунального комплекса Мурманской области можно охарактеризовать как предкризисное. Позитивные тенденции являются малозначимыми на фоне нарастающих проблем. Рост текущих расходов на жилищно-коммунальные услуги будет снижать инвестиционный потенциал домохозяйств, местных и регионального бюджетов, что, в свою очередь, препятствует росту вложений в реконструкцию объектов жилищно-коммунальной сферы. В настоящее время жилищно-коммунальный комплекс в недостаточной степени удовлетворяет потребности граждан и является сдерживающим фактором развития региона. При сохранении существующих тенденций эта отрасль социальной сферы, на наш взгляд, может стать одним из главных дестабилизирующих факторов регионального развития.

Поставленные стратегические цели развития Мурманской области необходимо осуществлять с помощью регулярного мониторинга. Основополагающим фактором реализации стратегии развития Мурманской области является обеспечение жильем и жилищно-коммунальными услугами приглашенных квалифицированных рабочих и инженерно-технических специалистов из-за дефицита рабочей силы.

Проблема найма жилья закономерно должна занять соответствующее место в реализуемой стратегии. Аренда жилья позволит обеспечивать мобильность рабочей силы, а также гибко реагировать на изменение демографической ситуации и также доходов граждан.

ЛИТЕРАТУРА

Министерство экономического развития Мурманской области / Инвестиционные возможности Мурманской области. М.: Минэкономразвития МО, 2008. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://economics.gov-murman.ru/investicionnye>.

Макарычев В. Проблема непригодного жилья: пути решения и источники финансирования / В. Макарычев // Проблемы теории и практики управления. 2007. № 3.

Социально-экономическое положение Мурманской области в январе 2010 года / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Мурманской области. Мурманск, 2010.

Цылина Г.А. Ипотека: жилье в кредит / Г.А. Цылина. М.: Изд-во «Экономика», 2001.

Е.В. Печерица

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

Определены сущность и основные направления ценовой политики предприятий гостиничного комплекса в условиях конкуренции.

Ключевые слова: *ценовая политика; ценообразование; маркетинговый подход; прибыль.*

We define the essence and the main directions of price policy of hotel business in competitive environment.

Key words: *price policy; pricing; marketing approach; profit.*

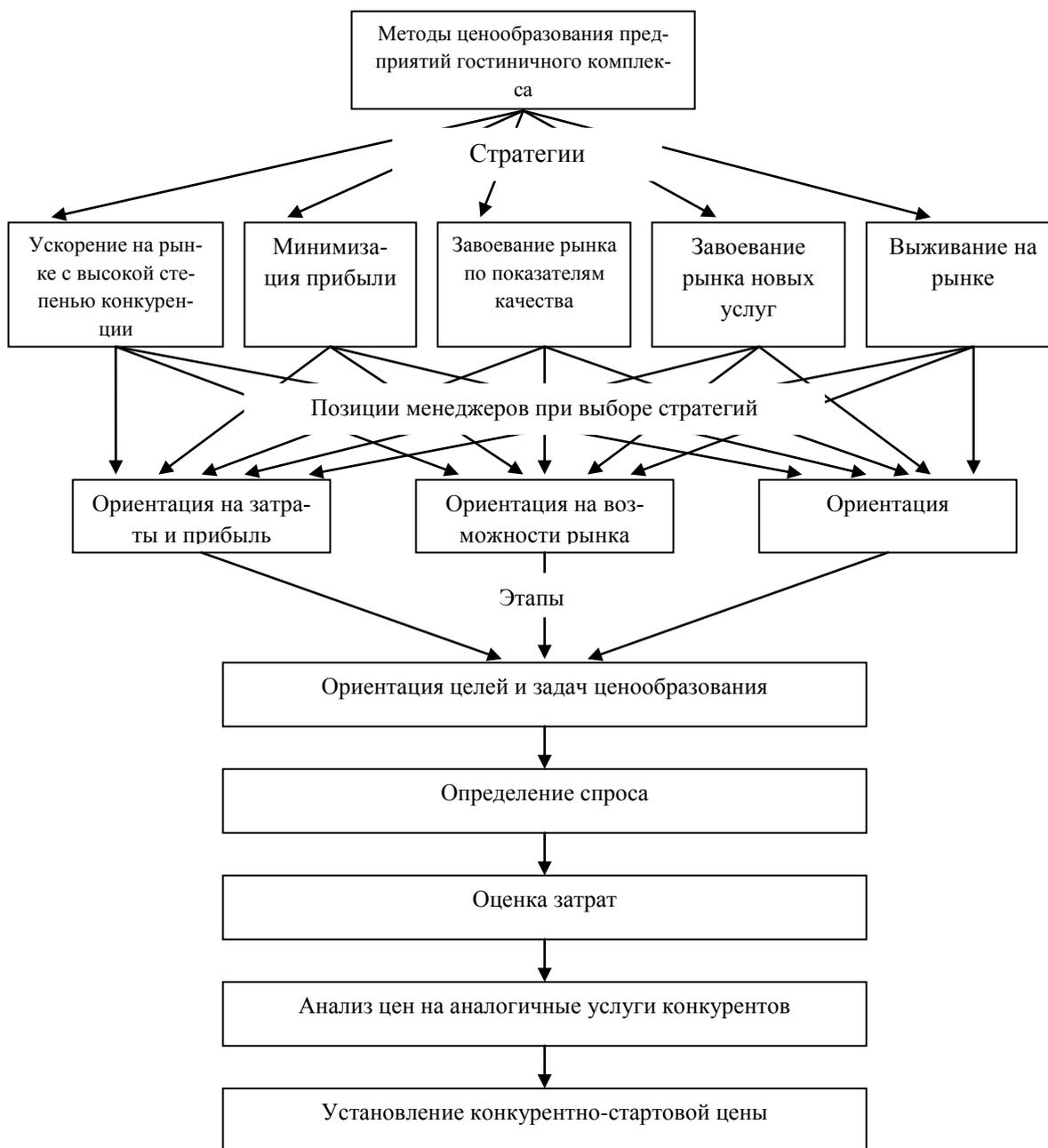
Позиция гостиничного продукта на рынке определяется на основе выявления его качественных, ценовых и других преимуществ и особенностей перед аналогичными характеристиками продуктов конкурентов. В качестве параметров, описывающих позиционирование, выбирают те, которые имеют наибольшую важность для потребителя. В результате последующего ранжирования и оптимизации продуктовых рядов могут быть сформированы конкурентные преимущества гостиничного комплекса. Чем большим весом обладает заданное конкурентное преимущество с точки зрения потребителя, тем более эффективным может оказаться позиционирование гостиницы. Например, в гостиничном бизнесе основными конкурентными преимуществами отеля могут оказаться его местоположение, историческая ценность здания, отличное или близкое к идеальному состояние материально-технической базы, высокий уровень качества обслуживания, широкий спектр предоставляемых услуг, относительно низкий уровень цен и т.д. Так, например, констатируется, что, данный отель имеет преимущество по местоположению по сравнению с однородными по классу отелями-конкурентами, если он расположен в центре города, или находится вблизи делового центра с хорошо развитой инфраструктурой, рядом с выставочным комплексом и т.д. Основным же источником различий в позиционировании отеля на рынке, как показывает практика, является соотношение между ценой и качеством предоставляемых услуг. Это два ключевых параметра, влияющих на принятие решений потребителем относительно выбора гостиницы. Отель, предлагающий свои услуги по ценам ниже, чем у конкурентов однородных – по классу гостиниц, имеет ценовое конкурентное преимущество, которое гостиничный менеджмент определил на основе сравнения качества своих

услуг с аналогичными показателями однородных по классу отелей-конкурентов. При этом владелец гостиницы или её руководитель получает прозрачную информацию по отдаче источников продвижения гостиницы на рынке с учётом её конкурентоспособности, целям приезда клиентов в данную гостиницу, а также по эффективности работы сегментов рынка (индивидуальные брони, туристические агентства, корпоративные фирмы, мероприятия, поселения без брони и т.д.). На основе этой информации определяется модель ценообразования предоставляемых услуг и модель постоянного совершенствования принятия тактических ценовых решений с учётом анализа имитационных данных и реализуемых стратегий.

При оценке возможностей реализации той или иной стратегии рассматриваются условия деятельности гостиничных предприятий с трёх позиций: ориентация на затраты; ориентация на возможности рынка (на конкуренцию); ориентация на спрос.

В качестве затратных подходов в формировании цены продукции (услуг) предприятий гостиничного комплекса можно выделить: расчет цены по методу «средние издержки плюс прибыль»; расчет цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли.

Расчет цены по методу «средние издержки плюс прибыль». Это самый простой способ определения цены продукции (услуг), заключающийся в начислении определенной надбавки на себестоимость товара. Данный метод используется достаточно широко во всех секторах экономики. Он характеризуется тем, что гостиничные предприятия при определении цены на свою продукцию и услуги ориентируются на издержки, т.е. осуществляют калькуляцию затрат по полной себестоимости. Затем к себестоимости прибавля-



Структурная схема формирования ценовой политики

ется та величина прибыли, которую предприятие планирует получить. В этом случае расчет цены продукции описывается в виде следующей формулы:

$$Ц_{з.п.} = c/c + П_{пр.},$$

где $Ц_{з.п.}$ – цена продукции, представленная по методу «средние издержки + прибыль»;

c/c – полная себестоимость продукции;

$П_{пр.}$ – предполагаемая прибыль.

Для расчета прибыли устанавливается определенный норматив β от себестоимости. Тогда формулу расчета цены продукции (услуг) можно представить в следующем виде:

$$Ц_{з.п.} = c/c + П_{пр} = c/c + \beta \times c/c = c/c \times (1 + \beta).$$

Такой подход является для предприятия достаточно простым и понятным. Во-первых, предприятие располагает всей необходимой информацией об издержках для определения цены. Определяя цены по издержкам, предприятию не приходится слишком часто их корректировать в зависимости от изменения спроса. Во-вторых, если другие предприятия гостиничного комплекса применяют такой же подход в формировании цен, то они работают примерно на одинаковых ценах, т.е. ценовая конкуренция между предприятиями сведена к минимуму.

Метод «средние издержки плюс прибыль» при своей кажущейся логичности имеет ряд значительных недостатков, которые необходимо учитывать при функционировании гостиничных предприятий.

Во-первых, при таком подходе к ценообразованию полностью не учитывается потребитель, т.е. его отношение к данному товару или услуге. Во-вторых, не учитывается уровень спроса на данный товар, который сложился на рынке. Это весьма важный момент для предприятий гостиничной индустрии, поскольку спрос на данные виды товаров (услуг) зависит от множества факторов и подвержен значительным колебаниям. Одним из определяющих факторов, влияющих на спрос на гостиничные услуги, является сезонность. И, в-третьих, не учитывается ценовая позиция конкурентов, т.е. уровень предложения подобных услуг на рынке.

Расчет цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Данный подход в ценообразовании также базируется на основе издержек. При его осуществлении предприятию гостиничного комплекса необходимо произвести разделение затрат на постоянные и переменные, изучить и проанализировать их поведение, построить график безубыточности и на его основе определить, как изменение общего объема выручки будет влиять на прибыль предприятия. Такой подход в ценообразовании предприятия предполагает рассмотрение различных вариантов цен и определение из них наилучшей цены, при которой достигается требуемый (целевой) уровень прибыли, поэтому его еще называют целевым ценообразованием. Данный подход является наиболее приемлемым в условиях рыночной экономики, поскольку позволяет гибко реагировать на все изменения, которым подвергается гостиничный рынок.

Рыночный или маркетинговый подход в определении цены на продукцию (услуги) предприятий гостиничного комплекса является более правильным, поскольку он лишен вышеназванных недостатков. Прежде всего, при установлении цены на товар или услуги, предоставляемые гостиничными предприятиями, обязательно проводится исследование рынка. Изучение рынка предполагает исследование как потребителей данной продукции (спрос), так и производителей подобной продукции или услуг (предложение). Как правило, ценовая политика предприятия гостиничных услуг зависит от того, какое место оно занимает на рынке, т.е. является ли оно достаточно известным и хорошо зарекомендовавшим себя или это малоизвестное предприятие. Для предприятий гостиничного комплекса на ценообразование очень сильное влияние оказывает такой фактор, как место расположения гостиницы. Но, тем не менее, изучение затрат

как стремление к постоянному их снижению для предприятия гостиничного комплекса все равно остается необходимым условием его эффективного функционирования.

В качестве рыночных или маркетинговых методов установления цен на предприятиях гостиничного комплекса можно выделить следующие: установление цены с учетом «ощущаемой» ценности товара; установление цены с учетом уровня текущих цен; установление цены на основе закрытых торгов; стратегия «престижных цен».

а) Установление цены на основе ощущаемой ценности товара (ориентация на спрос). В данном подходе главным критерием становятся уже не издержки производителя продукции (услуг), а то, как данный товар воспринимает покупатель, т.е. исходят из ощущаемой ценности своих товаров покупателями. Для этого посредством проведения различных опросов необходимо изучать желание покупателей о приобретении тех или иных товаров (услуг). В результате опросов гостиничное предприятие получает информацию, например, сколько готов заплатить клиент за данный номер, включая те или иные услуги. Такая информация определяет, какая услуга или особенность придает гостинице большую ценность для клиента, чем затраты на нее. Это необходимо учитывать при формировании цены номера.

б) Установление цены с учетом уровня текущих цен. Устанавливая цену с учетом уровня текущих цен, гостиницы учитывают цены конкурентов и мало внимания обращают на показатели собственных издержек. В зависимости от того, какое положение гостиничное предприятие занимает на рынке, оно может выбирать различные стратегии в определении цены на свою продукцию, например, назначить цену на уровне выше или ниже уровня цен своих конкурентов.

Алгоритм определения цены при данном подходе следующий. Первоначально изучаются производители аналогичной продукции (конкуренты) и их цены. Затем находится так называемая средняя рыночная цена, которая является ориентиром при образовании собственной цены гостиницы. Если гостиница является достаточно известной и занимает высокие позиции на рынке, то она может устанавливать цену выше средней и чем рейтинг гостиницы выше, тем цена может быть выше.

Одним из вариантов такого ценообразования может являться подход, при котором гостиничное предприятие устанавливает цены на свои услуги на уровне предприятия, занимающего ведущее положение в отрасли. Такой подход называют «гонкой за лидером». С одной стороны, это удобно для гостиничного предприятия, особенно если оно не имеет возможности проводить свою маркетинговую

политику. Но с другой стороны, может привести к отрицательным результатам, если предприятие, на которое ориентировалась гостиница, проводило ошибочную политику.

в) *Установление цены на основе закрытых торгов.* Такое ценообразование применяется в тех случаях, когда гостиница ведет конкурентную борьбу за выгодное предложение среди других гостиниц. В подобных ситуациях при назначении своей цены гостиница ориентируется на ожидаемые цены предложений конкурентов, а не на величину собственных издержек. Поскольку гостинице хочется завоевать данный контракт, то для этого нужно установить цену ниже, чем у конкурентов. Но эта цена не может быть ниже себестоимости, иначе гостиница нанесет сама себе финансовый урон.

г) *Стратегия «престижных цен».* Гостиницы, которые выбирают такую стратегию, ориентированы на клиентов, для которых цена не является главным критерием выбора. Таких клиентов больше интересует уникальность предоставляемых услуг, их качество, занимаемый статус. Поскольку для поддержания соответствующего уровня обслуживания требуются большие капитальные и текущие затраты, то цены в таких гостиницах очень высокие.

В соответствии с выбранной стратегией ценообразования каждая гостиница определяет базовую стоимость гостиничного номера. Помимо объявленных прейскурантных цен, гостиница для привлечения клиентов имеет специальные расценки, которые в зависимости от различных условий могут значительно отличаться от базовой цены.

Одной из проблем повышения эффективности функционирования предприятий гостиничного комплекса является заполнение их в сезон низкой активности. Поэтому для увеличения загрузки предприятий гостиничного

комплекса в сезон низкой активности предусматривается система различных сезонных скидок – снижение цены проживания от обычной стоимости номера и др. Это позволяет хоть как-то покрывать издержки, которые несет гостиница в сезон низкой активности, и поддерживать устойчивый спрос на услуги в течение года. С целью повышения общей эффективности гостиницы прибегают к методу дискриминационного ценообразования. Суть данного метода заключается в том, что гостиница устанавливает различные цены не в зависимости от издержек, которые она несет, а от типа клиентов и времени, в которое они приезжают. Одной из разновидностей дискриминационного ценообразования является система управления доходами.

Многообразие методов ценообразования в определяющей степени зависит от целевых приоритетов развития гостиницы. Вместе с тем, объединяя достоинства и недостатки различных подходов к ценообразованию, следует отметить, что всё же общими положениями, лежащими в основе современных подходов к определению цены на гостиничные услуги, являются в той или иной степени учитываемые результаты анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли и маркетинговые методы ориентации на спрос с учётом уровня текущих цен. Поэтому представляется целесообразным объединение этих подходов в единой методике.

ЛИТЕРАТУРА

[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.audit-it.ru/articles/account/otrasl/a92/41204.html>

[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cyberdengi.com/reports/140.html>

[Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.turbooks.ru/libro/organ_obs_luzh_gost/g4.html

Е.М. Романова

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ПОСЕЩАЕМОСТЬ ТЕАТРОВ

Проанализированы основные факторы, от которых зависит посещаемость спектаклей, выделены главные причины, определяющие эффективность функционирования театральных учреждений в зависимости от места нахождения театра.

Ключевые слова: эффективность; функционирование; факторы; посещаемость; театральные организации; спектакль.

We analyze the main factors that theatre attendance depends on and specify the key reasons determining the efficiency of theatres' functioning depending on their location.

Keywords: efficiency; functioning; factors; attendance; theatre organizations; performance.

Эффективность деятельности предприятия определяется соотношением спроса на производимые товары или услуги к затратам на их производство. Однако в театральных организациях под спросом на услуги понимается посещаемость спектаклей.

В настоящее время, по данным Госкомстата, количество театральных организаций насчитывает около 590 театров, а численность зрителей – в пределах 28,5 млн. человек (Официальный сайт «ТеатрДом» <http://teatrdom.spb.ru>). При этом экономически результативными являются единицы театров, которые находятся в Санкт-Петербурге и Москве. Так, по мнению экспертов, в коммерческом отношении успешны следующие театры Москвы: МХТ им. Чехова (художественный руководитель Олег Табаков); театр «Сатирикон»; Театр им. Пушкина; театр «Мастерская П.Фоменко»; «Современник» и др. (http://www.gks.ru/bgd/regl/b09_11/IssWWW.exe/Stg/d01/10-02.htm). В Санкт-Петербурге, культурной столице страны, экономически и социально результативных театров также мало. При этом театральный рынок Москвы перенасыщен, что сказывается на посещаемости спектаклей. Сравнивая соответствующие расходы жителей РФ и граждан ЕС или США, можно сделать вывод о том, что граждане России крайне редко посещают театры. Так, по последним данным опросов Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), в свободное время большинство россиян (около 60%) предпочитают смотреть телевизор или слушать радио, и только 6% респондентов имеют привычку ходить в театр (http://www.gks.ru/bgd/regl/b09_11/IssWWW.exe/Stg/d01/10-02.htm).

Исследуем факторы, влияющие на посещаемость театров. С целью анализа эффективности функционирования театральных организаций, выберем в качестве объекта исследова-

ния три основных театра, находящиеся в Санкт-Петербурге и наиболее часто посещаемые театральной публикой: Государственный академический большой драматический театр им. Г.А. Товстоногова; театр-фестиваль «Балтийский Дом» и «ТеатрДом». Данные театры находятся в Санкт-Петербурге, что определяет одинаковые условия их функционирования. Также эти театры принадлежат к самой популярной категории – драмы и комедии, что позволяет их сравнивать между собой. При этом каждая из данных организаций обладает своей спецификой. Так, БДТ им. Г.А. Товстоногова – один из крупнейших театров Санкт-Петербурга, специализирующийся на постановке сложных классических произведений. Театр-фестиваль «Балтийский дом» – театр, известный своими нестандартными, оригинальными, экспериментальными постановками, а «ТеатрДом» – театр, ставящий антрепризные постановки и не имеющий собственного зала. Очевидно, для экономического анализа следует выбирать театры с большими залами, что усложняет задачу определения уровня и роста посещаемости.

Так, посещаемость спектаклей БДТ «Калифорнийская сюита», «Квартет», «Дядюшкин сон» за период 2006–2009 гг. в среднем была равна 100%; «Блажь» – 90–100%; «Ночь перед рождеством» – 80–90%; «Черная комедия» – 70%; «Васса Железнова», «Дом, где разбиваются сердца» – 60–70%; «Мария Стюарт», «Дон Карлос» – 60%; «Идеальный вор» – 40% (Официальный сайт БДТ им. Г.А. Товстоногова <http://www.bdt.spb.ru/theatre.html>). Посещаемость таких спектаклей «Балтийского дома», как «Перезагрузка» и «Похороните меня за плинтусом» – 100–120%; «Одиночество в сети» – 80%. Спектакли «ТеатрДома» имеют самую высокую посещаемость: «Любовь не картошка», «Старая дева» – 100%; «Двое других» – 80–90%; «Супница, или ки-

пящие страсти» – 60–70% (данные по Санкт-Петербургу).

Таким образом, наибольшей популярностью у зрителей в большинстве случаев пользуются спектакли «Балтийского дома» и «ТеатрДома». При этом общая средняя посещаемость БДТ – 60%.

Рассмотрим факторы, влияющие на посещаемость спектаклей. Однако прежде определим, каким должен быть идеальный спектакль для большинства зрителей. Так, он должен быть интересным, с известными актерами, в хорошем театре и, главное, билеты должны быть недорогими. Исходя из этого, несложно установить основные факторы, влияющие на выбор того или иного спектакля: имя-бренд театра; участие в постановках звезд; качество постановки; цена билетов; реклама; время года и день недели.

Например, каждый театр, как и любой хозяйствующий субъект, создает и дорожит своей репутацией. При выборе спектакля немаловажную роль играет бренд театра. Однако далеко не каждый театр имеет бренд работающего или работающего в настоящее время известного советского деятеля. Данный фактор, на наш взгляд, не имеет определяющей роли при выборе театра, поскольку посещаемость спектаклей мало кому известного «ТеатрДома» значительно выше посещаемости спектаклей БДТ.

Фактор участия в спектаклях звезд кино играет весьма важную роль при выборе спектакля, поскольку большинство зрителей «идут на определенных актеров». Таким образом, привлечение популярных актеров резко повышает посещаемость спектаклей. Так, наибольшей популярностью пользуются спектакли, в которых участвуют такие известные актеры, как Н. Усатова, А. Фрейндлих, О. Базилашвили, А. Панкратов-Черный, З. Буряк, Ю. Стоянов и др. При этом следует выделить такие спектакли, как «Двенадцатая ночь, или как пожелаете» и «Супница», которые отличаются более низкой посещаемостью по сравнению с остальными спектаклями.

Казалось бы, чем больше привлекается в спектакль популярных актеров, тем больше зрителей театр может привлечь. Однако данное утверждение не всегда коррелируется с реальностью, поскольку на посещаемость влияют также и другие факторы. Кроме того, следует с сожалением отметить, что каждый год уходят из жизни десятки культовых актеров. Спектакли порой переносятся по несколько раз из-за болезни известных артистов, а новые лица неизвестных актеров, как правило, не привлекают зрителей.

Фактор качества постановки, ее актуальности или скандальности, по нашему мнению, имеет субъективную оценку, поскольку качество театрального произведения сложно оценить. Оценки критиков и зрителей по поводу

одного спектакля могут существенно различаться. Таким образом, благодаря субъективным мнениям зрителей-театралов посещаемость одних с спектаклей с течением времени растет, а других, наоборот, падает. При этом не следует забывать, что интерес зрителей к театральной постановке со временем ослабевает, на смену одним спектаклям приходят более актуальные, соответствующие зрительским предпочтениям. К примеру, в 2009 году после нескольких месяцев отсутствия на сценах Санкт-Петербурга снова появился спектакль «Супница», действие в котором развивается во время экономического кризиса. В последнее время театры стараются привлечь зрителя скандальными постановками, что довольно рискованно. В начале 2003–2005-х гг., к примеру, в театре «Приют комедианта» шел спектакль «Я хочу только одного – чтобы меня любили», поставленный по скандальной пьесе Фасбиндера «Капли дождя на раскаленных скалах», при этом он пользовался стабильным успехом. В настоящее же время регулярно идет спектакль «Запретные монологи» (название спектакля авторам пришлось изменить), который, возможно, и не всегда собирает зал, однако его много обсуждают, критикуют, что позволяет постоянно привлекать любопытных граждан.

Реклама, безусловно, позволяет повысить посещаемость спектаклей. При этом, если сравнить факторы использования театрами рекламы для привлечения зрителей, то можно понять, почему «ТеатрДом», уделивший много внимания привлечению звезд и использованию различных средств рекламы, смог привлечь значительно большее число зрителей (в тех случаях, когда спектакли данного театра игрались в больших залах – на сценах Выборгского ДК и ДК им. Горького).

Рассмотрим, какие средства рекламы используют указанные театры. Так, например, БДТ размещают информацию о репертуаре театра на месяц на афишах, находящихся в центре города на станциях метро и на рекламных щитах; «Балтийский дом» добавляет к этому еще и афиши отдельных спектаклей (к примеру, «Одиночество в сети»); «ТеатрДом» имеет афиши отдельных спектаклей, размещаемые по всему городу, а также дает рекламу на радио и ТВ. Таким образом, используя рекламу на телевидении, можно привлечь значительно большее число зрителей. Однако следует отметить, что использование таких средств рекламы для театров весьма дорого и зачастую не представляется возможным.

Театральные постановки по сравнению с кинопоказом более дорогие. Однако зритель готов платить за спектакли с участием звезд более высокую цену. Данная тенденция характерна для Санкт-Петербурга и в целом для России, за исключением Москвы.

Необходимо отметить, что на перенасы-

ценном театральном рынке Москвы заметно снижение посещаемости театров. Так, по оценкам «Экспресс-Обзора», в 2007 году билетный рынок Москвы хоть и вырос в стоимостном выражении, зато показал общее снижение количества проданных билетов, главным образом театральных, что возможно объяснить их значительным подорожанием (http://www.gks.ru/bgd/regl/b09_11/IssWWW.exe/Stg/d01/10-02.htm).

На посещаемость спектакля влияет сезонность и день недели. Дни с понедельника по четверг не отличаются высокой посещаемостью, а в пятницу – воскресенье даже не очень хороший спектакль может собрать полный зал. Также давно подмечена тенденция снижения спроса на театральные услуги с началом дачного сезона (начало апреля). Однако данные факторы применимы в основном для стационарных театров. К примеру, «Театр Дом» и летом регулярно играет спектакли, посещаемость которых находится на достаточно высоком уровне. Но в данном случае необходимо учитывать еще и тот факт, что играют они достаточно редко (1–2 спектакля в месяц).

Таким образом, каждый из рассмотренных выше факторов влияния на посещаемость является по отношению к остальным равноправным и представить его доминирующим затруднительно. Только в совокупности данные факторы определяют посещаемость того или иного спектакля. В связи с этим, зачастую очень сложно рассчитать спрос на театральную постановку. Представляется целесообразным выделить наиболее важные факторы, которые должны быть оценены при постановке спектакля в том или ином городе. Так, по нашему мнению, для Москвы фактором, влияющим на посещаемость спектаклей в большей степени является качество, актуальность или скандальность театральной постановки; для Санкт-Петербурга, помимо указанных факторов, важно также участие известных

актеров. Для других городов России доминирующими факторами являются участие известных актеров и цена билетов.

Таким образом, исходя из результатов анализа факторов влияния на посещаемость спектаклей, можно отметить, что перенасыщенность театрального рынка Москвы выдвигает на первый план в качестве доминирующего фактора актуальность и скандальность театральной постановки, в то время как в остальных городах, театры которых не имеют в труппе такого количества известных актеров, их участие становится главным фактором повышения посещаемости.

Кроме того, хотелось бы отметить, что прогнозировать посещаемость того или иного спектакля крайне сложно. Хороший спектакль с участием известных актеров может не собрать зрителей в том случае, если время показа будет выбрано неверно, и наоборот. Таким образом, при оценке экономической и социальной результативности театра основное внимание должно быть уделено факторам посещаемости каждого отдельного спектакля и вопросам увеличения средней посещаемости театра в целом.

ЛИТЕРАТУРА

Россия в цифрах–2008: крат. стат. сб. / Росстат. М., 2008. 510 с.

Официальный сайт БДТ им. Г.А. Товстоногова. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bdt.spb.ru/theatre.html>.

Официальный сайт театра-фестиваля. [Электронный ресурс]. Режим доступа: «Балтийский дом» www.baltichouse.spb.ru.

Официальный сайт «ТеатрДом». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://teatrdom.spb.ru>.

[Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b09_11/IssWWW.exe/Stg/d01/10-02.htm.

[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://top.rbc.ru/retail/30/05/2008/175106.shtml>.

Е.С. Шлёнскова

АУТСОРСИНГ СОДЕЙСТВИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОМУ ПЛАНИРОВАНИЮ ОТРАСЛЕЙ И ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Исследуются классификационные группы и влияние аутсорсинга на экономический рост, стратегическую ориентацию субъекта хозяйствования, отраслевой составляющей сферы услуг.

Ключевые слова: аутсорсинг; функциональное предназначение; классификационные группы.

We research classification groups and outsourcing effect on economic growth, managing agent's strategic orientation, industry constituent of service sector.

Keywords: outsourcing; functional destination; classification groups.

Обеспечение посредством аутсорсинга нового стратегического позиционирования субъекта хозяйствования, отраслевой составляющей сферы услуг, расширения состава конкурентного преимущества за счет создаваемого ключевого фактора влияния на экономический рост и эффективность процессов оказания услуг, производства продукции может выступать одним из дополнений к традиционному определению функционального предназначения аутсорсинга.

Соединение в аутсорсинге составляющих экономического роста, стратегической ориентации в рамках функционального предназначения (блоки 1 и 2 рисунка) предоставляет возможность менеджменту предприятия-заказчика использовать аутсорсинг для повышения экономической результативности передаваемых на внешнее управление отдельных функций, видов деятельности, а также стратегическую ориентацию на достижение максимально возможных экономических результатов, эффективности использования ресурсов в процессе осуществления процедурно-технологических составляющих стратегического управления. Однако менеджмент субъекта хозяйствования – заказчика – аутсорсинга может использовать, исходя из текущих или долгосрочных экономических интересов, традиционную направленность аутсорсинга по обеспечению роста экономических результатов, эффективности использования ресурсов предприятия, а также смешанную форму взаимодействия составляющих функционального предназначения аутсорсинга.

Следует отметить, что передача на аутсорсинг конкретных функций и видов деятельности субъекта хозяйствования при наличии классификационных групп аутсорсинга

по различным признакам позволяет избирать те или иные виды аутсорсинга в формируемых группах классификации, что, в соответствии с нашими представлениями, содействует принятию обоснованных и сбалансированных решений менеджментом предприятия-заказчика по передаче определенного состава функций и видов деятельности на аутсорсинг.

В экономической литературе рядом авторов выделяются такие основные классификационные группы, как профессиональный, технологический, географический и интеллектуальный аутсорсинг (блок 3 рисунка) (Б. Дука, 2001).

Кроме того, классификационные признаки отнесения аутсорсинга к тем или иным видам способствует такому оптимизационному сочетанию его видов, которые в критериальном отношении максимизируют экономические результаты и минимизируют затраты в сложившихся условиях текущей деятельности и перспективном социально-экономическом развитии хозяйствующего субъекта сферы услуг.

Так, например, трудоемкость и процедурно-технологическая сложность осуществления стратегического управления развитием предприятия, отраслевого экономического вида деятельности и отсутствие квалифицированного состава менеджеров в этой области управления может подвигнуть руководство локальной или отраслевой социально-экономической системы сферы услуг на привлечение внешних специалистов, высокопрофессионально решающих проблемы поэтапного и последовательного достижения поставленной стратегической цели (блок 3.1 рисунка).

Технологический аутсорсинг предусматривает привлечение внешних технологий для

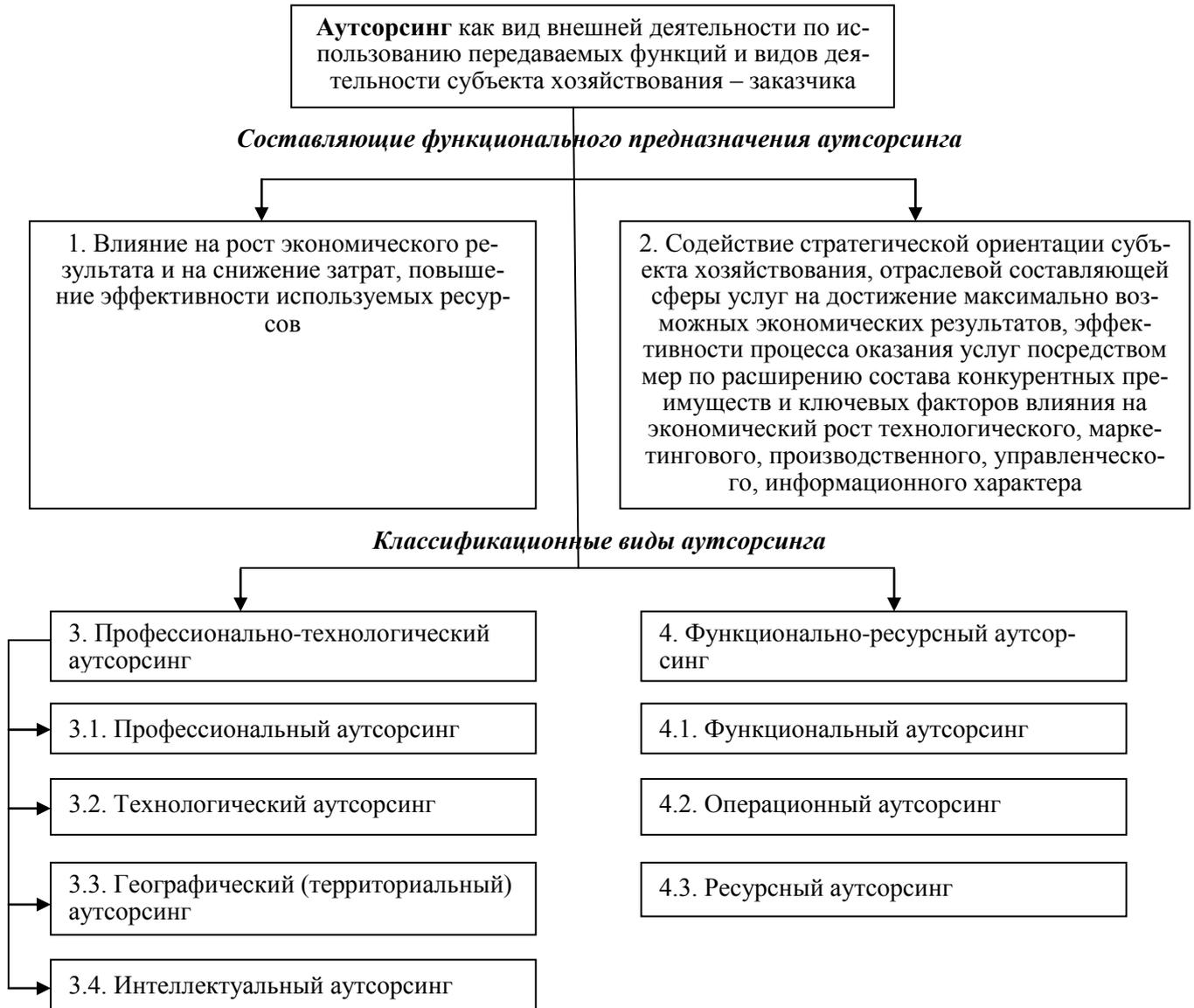


Схема составляющих функционального предназначения и классификационные виды аутсорсинга

качественного оказания конкретных видов услуг, производства продукции, разнообразных технических решений в процессах оказания основных и сопутствующих видов услуг, производства продукции (блок 3.2 рисунка).

Передача конкретных функций и видов деятельности на аутсорсинг за пределы административно-территориального образования страны носит географический характер реализации принятого решения о передаче ряда функций на внешнее управление, квалифицированное выполнение которого возможно на географических (территориальных, страновых) основах (блок 3.3 рисунка).

Осуществление тех или иных функций, видов деятельности (например, инвестиционной деятельности) во внешнем управлении аутсорсинговой организационно-правовой структурой, требующих значительных финансовых вложений в обновление или модерни-

зацию активных элементов основных фондов, характеризует данный вид аутсорсинга как ресурсно-финансовый. В отличие от профессионального, интеллектуальный аутсорсинг предполагает использование структурно-организационных, технологических, информационных, экономико-организационных новшеств, ноу-хау в рамках аутсорсинговой организационно-правовой структуры (блок 3.4 рисунка).

Классификационные признаки функционально-ресурсного характера (блок 4 рисунка) включают такие виды аутсорсинга, как: функциональный (блок 4.1 рисунка), в рамках которого осуществляется ряд функций управления; операционный (блок 4.2 рисунка) при передаче на исполнение отдельных составляющих или в целом видов деятельности предприятия-заказчика; ресурсный (блок 4.3 рисунка) аутсорсинг, осуществляющий управ-

ление переданными ему материально-техническими ресурсами или приобретаемыми, обновляемыми, модернизируемыми активными элементами основных фондов.

Следует отметить, что в процессе ресурсного аутсорсинга при передаче материально-технических ресурсов на внешнее управление специальное и уникальное оборудование не может выступать предметом аутсорсинга. Кроме того, аутсорсинговая организационно-правовая структура при передаче ей активных элементов основных фондов или в процессе их приобретения на рынке должна определить тот необходимый их технический уровень, который может обеспечить повышение качества оказания услуг, производства продукции. При этом должно быть принято решение об их обновлении или модернизации с целью достижения технического уровня основных фондов, адекватного росту экономических результатов, на которые рассчитывает предприятие-заказчик при заключении договора (контракта) с аутсорсинговой организационно-правовой структурой.

Соединение нескольких классификационных видов аутсорсинга, как правило, происходит в процессе внешнего управления проектами субъектов хозяйствования сферы услуг. Так, например, в 2009 году хозяйствующий субъект РМExpert на условиях аутсорсинга осуществил управление проектом внедрения автоматизированной системы страхования жизни в организационно-правовой структуре «Ренессанс life», что позволило объединить в единое информационное пространство все отделения, агентства и филиалы страховой компании, находящиеся в различных регионах страны (30 региональных подразделений), а также существенно содействовать росту экономических, финансовых результатов и стратегической ориентации на достижение максимально возможной экономической результативности в долгосрочном периоде.

Одним из основных классификационных признаков, определяющим передачу тех или иных функций, видов деятельности отраслевых составляющих сферы услуг на аутсорсинг, а вместе с этим и применение соответствующих видов внешнего управления текущими процессами и достижением стратегических целей, выступает жизненный цикл отрасли, по мере ее социально-экономического долгосрочного развития последовательно сменяющий временные этапы начального формирования (зарождения), экономического роста, снижения темпов экономического роста, зрелости и заката (упадка).

Начальный этап образования отраслевой составляющей сферы услуг характеризуется

высоким уровнем неопределенности внедрения тех или иных технологий, информационных систем, отвечающих предпочтениям потребителей услуг, поиском маркетинговых форм активного продвижения услуг и сопутствующих им товаров на рынок (М. Портер, 2000).

Предприятия зарождающихся отраслевых составляющих сферы услуг, как правило, стоят перед сложными проблемами формирования состава конкурентных преимуществ и получения доступа к необходимым финансовым и иным ресурсам для перспективного социально-экономического развития.

Для небольших (малых) по объемам оказания услуг субъектов хозяйствования на начальном этапе функционирования отраслевой составляющей возникает необходимость в передаче на аутсорсинг бухгалтерского учета, финансового менеджмента, юридического обеспечения, логистики. При переходе на следующий этап своего отраслевого становления и социально-экономического развития перед субъектом управления отраслевой составляющей в условиях роста ёмкости рынка услуг, усиливающейся конкуренции и разворачивающейся борьбы за увеличение доли оказания услуг на занимаемом сегменте рынка состояние неравновесности в спросе и предложении услуг может быть существенно усилено за счет влияния негативных факторов внешней и внутренней сред (А.Г. Ивлев, 2001).

Поэтому для менеджмента отраслевой составляющей сферы услуг возникает необходимость передачи на аутсорсинг квалифицированного решения проблемы прогнозирования экономических результатов, затрат, эффективности использования ресурсов, перспективного планирования социально-экономического развития.

Решение проблем достижения максимально возможных экономических результатов, эффективности процесса оказания услуг в средне- и долгосрочном периодах времени непосредственно связано с адекватной оценкой возможности установления рыночного спроса на услуги, сопутствующее им производство продукции, приведения в состояние равновесности спроса и предложения услуг.

ЛИТЕРАТУРА

Дука Б. Аутсорсинг: критерии естественного отбора / Б. Дука. М.: Исследовательско-консультационная фирма «Альт», 2001.

Ивлев А.Г. Аутсорсинг организационного развития / А.Г. Ивлев. М., 2001.

Портер М. Конкуренция / М. Портер. М.: Издательский дом «Вильямс», 2000.

А.П. Яблочнюк

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СОЦИАЛЬНУЮ СФЕРУ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ГАТЧИНЫ

На основе анализа конкретных экономических показателей и связанных с кризисом проблем развития Гатчинского муниципального образования предлагаются приоритетные направления совершенствования социальной сферы г. Гатчины.

Ключевые слова: *Гатчинское муниципальное образование; влияние финансового кризиса; производство; бизнес; служба занятости; социальная защита населения; анализ бюджета г. Гатчины.*

We offer priority guidelines to improve social sphere of Gatchina by analyzing specific economic indicators and crisis-related problems of Gatchina municipal district development.

Keywords: *Gatchina municipal district; financial crisis effect; production; business; job placement service; social welfare; analysis of Gatchina's budget.*

Большинство исследований с позиций системного подхода определяют муниципальное образование как социально-экономическую систему, представляющую собой локальный уровень в общей типологии социально-экономических систем, построенную по территориальному признаку.

В 2009 году на социально-экономическом развитии Гатчинского муниципального образования отразилось влияние мирового финансово-экономического кризиса. По данным аналитической записки по итогам социально-экономического развития муниципального образования «Город Гатчина» за 2009 год [8] заметно снизился и составил около 108% к уровню предыдущего года темп роста собственных доходов консолидированного бюджета района, против 120–125% в предшествующие годы. Это напрямую связано с ситуацией в экономике. В первом полугодии 2009 года во всех ведущих отраслях имело место снижение объемов производства, уменьшение численности работающих, соответственно уменьшение фондов оплаты труда. По данным Гатчинского Г(Р) ОГС Петростата [7] уровень безработицы вырос более чем в 2 раза, количество вакансий уменьшилось почти в 4 раза, имелись факты задержки выплаты заработной платы.

Начиная со второй половины года ситуация в экономике стала изменяться в позитивную сторону, в первую очередь это касается обрабатывающих производств – ведущей отрасли экономики города. В августе-сентябре по данному виду деятельности объем отгрузки достиг уровня предыдущего года. По мате-

риалам сайта официального представительства Ленинградской области выпуск отдельных видов продукции в натуральных показателях в пищевой промышленности и производстве целлюлозы, бумаги и картона вырос в августе на 20 и 14%, в сентябре на 16 и 11% соответственно [5].

Важным условием, обеспечивающим эффективное решение экономических и социальных проблем на местном уровне, стало развитие предпринимательства. На состоянии малого бизнеса положительно сказывается реализация областной и местной программ поддержки малого предпринимательства. Основным исполнителем этих программ является Фонд поддержки малого предпринимательства, который неоднократно признавался одним из лучших в Ленинградской области [4].

В целом, развитие малого бизнеса характеризуется положительной динамикой, нашедшей отражение в основных статистических показателях.

По данным аналитической справки о социально-экономическом положении Гатчинского муниципального района Ленинградской области за 2009 г., общее количество малых и микропредприятий в 2009 году не только не снизилось, а даже увеличилось более чем на 200 единиц. Оборот организаций малого бизнеса остался на прошлогоднем уровне. Заработная плата выросла почти на 8% при сохранении прошлогодней численности [7].

Среднемесячная заработная плата в целом составила 18455,8 рублей (темп роста 104,7% к уровню 9 месяцев 2008 года); в том числе в обрабатывающих производствах –

19802,2 руб. (темп роста – 103%); в строительстве – 21646,8 руб., что на 17,6% меньше, чем за 9 месяцев 2008 года; в сельском хозяйстве – 17410,3 руб. (темп роста 116,0%). По оценкам в целом до конца года сохранятся темпы роста среднемесячной заработной платы и величина её по году составит более 19 тысяч рублей. Численность работников, занятых в экономике на крупных и средних предприятиях, по сравнению с 2008 годом сократится на 2%.

Несмотря на сложные процессы, происходящие в экономике города, благодаря совместным усилиям администрации, службы занятости населения и бизнес-сообщества удалось стабилизировать ситуацию на рынке труда. Появилась устойчивая тенденция снижения уровня безработицы. По данным Гатчинского Г(Р) ОГС Петростата в апреле 2009 г. уровень безработицы в районе составлял 1,81%, а уже в октябре он снизился до 1,22%. Сократилась численность работников, спичного состава, работавших неполное рабочее время по соглашению между работником и работодателем. Если в июне численность работников, работающих неполное рабочее время, составляла 1132 человека, то в сентябре она снизилась на 50% и составила 565 человек [7].

Город обладает развитой инженерной инфраструктурой. Однако большой износ инженерных систем (более 60%) приводит к повышению эксплуатационных расходов и росту непроизводительных потерь.

Существующий порядок финансирования отраслей жилищно-коммунального хозяйства не дает возможности проводить восстановительный ремонт и замену технологического оборудования в необходимых объемах. В этой ситуации Администрация города придает большое значение использованию международной технической помощи для решения конкретных проблем реконструкции и повышения надежности и экономичности инженерных систем города. В городе проводятся мероприятия по установке приборов учета в домах и квартирах и автоматизированных тепловых пунктов [3].

Систему здравоохранения в городе образуют: МУЗ «Гатчинская центральная районная клиническая больница», стационар Гатчинского ГРТМО (652 койки), детская и взрослая поликлиники, стоматологическая поликлиника, женская консультация, пять отделений врачей семейной практики, станция скорой помощи, стационар и поликлиника Узловой больницы Октябрьской железной дороги, госпиталь [4].

Сфера науки и образования располагает 5 научно-исследовательскими институтами (или их филиалами), одним высшим учебным заведением и 3 филиалами, педагогическим колледжем, 4 профессионально-техническими

учреждениями, 11 общеобразовательными школами, в том числе 3 негосударственных и 16 муниципальных дошкольных учреждений [1].

В городе успешно реализуется система адресной социальной защиты, предоставления различных видов льгот, помощи, социально-бытовых услуг и единовременных целевых выплат, функционируют два учреждения социальной сферы: Центр социального обслуживания и Дом ветеранов. На учете в Комитете социальной защиты состоит 4632 семьи, в них 6524 ребенка [7]. Все они находятся за чертой бедности. В городе проживают 150 инвалидов-колясочников. Из-за отсутствия подъездных пандусов им затруднительно покидать свои квартиры.

Основными проблемами являются:

- рост численности детей-инвалидов, а следовательно, целый комплекс социальных, психолого-медико-педагогических, организационных и прочих проблем по их интеграции в общество;

- строящиеся объекты, транспорт, организация информационного обслуживания населения почти не учитывают специфических потребностей инвалидов;

- неполное предоставление льгот и преимуществ, установленных действующим законодательством в сфере социальной защиты, в том числе обеспечение льготными лекарствами;

- устойчивая тенденция старения населения и увеличение численности одиноких пожилых людей;

- появление качественно нового явления – скрытого социального сиротства;

- рост числа семей группы риска.

- город не обладает достаточными финансовыми ресурсами для организации эффективной работы с подростками в трудной жизненной ситуации. Изменение ценностных ориентиров повлекло за собой разрушение системы патриотического воспитания, ухудшение нравственного здоровья молодежи [4].

По данным сайта официального представительства администрации МО «Город Гатчина» финансовый результат деятельности крупных предприятий в целом по району за 6 месяцев 2008 г. в 2,1 раза превысил показатель соответствующего периода 2007 г. года. Наибольший рост прибыли достигнут в строительстве, где объем прибыли в 3,5 раза превысил показатель соответствующего периода 2007 года [6]. Это связано не только с непосредственными результатами деятельности организаций строительной отрасли, но и с особенностями учета результатов финансово-хозяйственной деятельности строительных предприятий. В сельском хозяйстве объем прибыли за первое полугодие 2008 года в 3,3 раза превысил объем прибыли 1 полугодия 2007 года. В обрабатывающих производствах

сальдированный финансовый результат составил 520,0 млн. рублей, (темп роста 110,7% к уровню 6 месяцев 2007 года). В том числе на предприятиях, производящих целлюлозу, бумагу и картон, прибыль за этот период составила 327,5 млн. рублей, темп роста 108,6% к соответствующему периоду прошлого года; на предприятиях пищевой промышленности – 38,5 млн. рублей (55,2% от уровня соответствующего периода прошлого года). Имеет устойчивый характер позитивная динамика увеличения объемов прибыли в химическом производстве, производстве готовых металлических изделий, производстве эл. машин и оборудования [6].

Консолидированный Бюджет Гатчинского ГП за 1 полугодие 2008 года исполнен со следующими показателями: Доходная часть бюджета с учетом безвозмездных поступлений и предпринимательской деятельности запланирована в сумме 567 817,5 тыс. руб. за отчетный период, фактически поступило в консолидированный бюджет Гатчинского ГП 211 273,5 тыс. руб., расходная часть составила 182035 тыс. руб., что свидетельствует о профиците в 29 238,5 тыс. руб. [6].

Расходная часть консолидированного бюджета Гатчинского муниципального района за 1 полугодие 2008 года исполнена в сумме 1722212,1 тыс. руб., или 40,7% к годовому плану – 4232490,1 тыс. руб.

Профицит консолидированного бюджета Гатчинского муниципального района за 1 полугодие 2008 года составляет +114521,6 тыс. руб. (За 1 квартал 2007 года консолидированный бюджет Гатчинского муниципального района был исполнен с профицитом в сумме +162291,9 тыс. руб.) [8].

Анализ социально-экономического положения города свидетельствует, что его хозяйственный и социальный климат находятся под сильным влиянием общероссийских и региональных условий.

В соответствии с реализуемой концепцией социально-экономического развития Гатчинского муниципального района на период до 2020 года. планируются следующие преобразования в социальной сфере (далеко забегать не будем, возьмем для примера 2008 и 2012 гг.) [4]:

- число родившихся на 1000 чел. жителей – 8,3 чел. в 2008 г. и 9,0 чел. в 2012 г.;
- число умерших на 1000 чел. жителей – 17,1 чел. в 2008 г. и 16,2 чел. в 2012 г.;
- среднемесячная заработная плата работников, занятых в экономике, 17954 руб. в 2008 г. и 28000 руб. в 2012 г.;
- уровень зарегистрированной безработицы, в % к экономически активному населению – 0,7% в 2008 г. и 1% в 2012 г.;
- общая площадь жилищного фонда на одного жителя – 24,9 кв. м в 2008 г. и 26,5 кв. м в 2012 г.;

- объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ, услуг – 25282 млн. руб. в 2008 г. и 33500 млн. руб. в 2012 г.;

- объем продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий – 2809,3 млн. руб. и 4100 млн. руб. в 2012 г.;

- оборот розничной торговли – 1922,6 млн. руб. в 2008 г. и 2800 млн. руб. в 2012 г.;

- объем платных услуг населению – 1454,2 млн. руб. в 2008 г. и 2600 млн. руб. в 2012 г.;

Согласно Концепции социально-экономического развития Гатчинского муниципального района на период до 2020 года, к 2020 году правительство обещает: рост среднемесячной заработной платы к уровню 2008 г. в 3,5 раза; рост инвестиций в основной капитал, направленных в социальные сферы (образование, здравоохранение и культура) к уровню 2008 г. в 4–5 раз; повышение уровня газификации жилого фонда природным газом: в поселках городского типа до 90%, в сельских населенных пунктах до 50%; рост расходов консолидированного бюджета Гатчинского муниципального района на одного жителя в год к уровню 2008 года в 3 раза; рост доходов консолидированного бюджета Гатчинского муниципального района к уровню 2008 г. в 3,2 раза; увеличение рабочих мест в сфере обслуживания в 2–3 раза; рост инвестиций в основной капитал за счет всех источников финансирования, направленных на развитие туристической инфраструктуры в 5–6 раз; увеличение к уровню 2008 г. обеспеченности муниципального образования: спортивными залами с 26,8 до 50%, плоскостными спортивными сооружениями с 8,5 до 20%, плавательными бассейнами с 3,7 до 10,0% [1].

Учитывая многообразие проблем, стоящих перед городом, значительный объем финансирования, необходимый для их реализации, и прогноз финансовой обеспеченности города на ближайшее время, представляется целесообразным определить на ближайшие 5 лет следующие приоритеты в области социальной сферы: повышение жизненного уровня всех слоев населения; ремонт зданий и инженерных сетей образовательных учреждений; переоборудование и укрепление материальной базы учреждений образования, компьютеризация и подключение школ к сети Интернет; восстановление системы дошкольного образования; создание системы стимулирования педагогических работников и учащихся за особые достижения; увеличение дотаций школам для организации бесплатного питания детей из малообеспеченных семей; формирование основных направлений молодежной политики; профилактика асоциального поведения среди молодежи; профилактика наркозависимости в молодежной среде; сохранение и развитие спортивного и физкультурного

потенциала города, поддержка массовости занятий физкультурой и их доступности всем слоям населения; льготы при налогообложении деятельности по оказанию спортивных и физкультурных услуг; формирование у населения навыков здорового образа жизни, повышение уровня санитарно-гигиенической культуры; развитие службы врачей семейной практики и дневных стационаров; разработка муниципальных программ по профилактике и снижению заболеваемости туберкулезом, наркоманией, СПИДом; укрепление материально-технической базы муниципальных учреждений здравоохранения, в том числе оборудование и введение в действие молочно-раздаточного пункта детского питания для детей раннего возраста; создание Центра реабилитации для детей с ограниченными возможностями; введение в действие Центра медико-психологической и социальной помощи детям и подросткам на базе Дома молодежи; профилактика безнадзорности и правонарушений среди несовершеннолетних; создание дома ночного пребывания; строительство второго Дома ветеранов для одиноких и малосемейных.

Задача стратегических программ: привести к росту потенциала муниципального образования, обеспечить его конкурентными преимуществами на региональном, федеральном и международном уровнях, а также реально изменить в лучшую сторону уровень и качество жизни населения. Перспектива устойчивого развития муниципального образования

значительно более реальна при наличии несколько вариантов сценариев и постоянно корректируемой стратегии развития территории, учитывающей изменения внешних условий, в том числе макроэкономических, политических, экологических и других факторов [6].

ЛИТЕРАТУРА

Концепция социально-экономического развития Гатчинского муниципального района на период до 2020 года.

Стратегический план развития МО «Город Гатчина» до 2010 года.

Макаров В.К. Гатчина. 3-е изд., испр. и доп. / В.К. Макаров, А.Н. Петров. СПб.: Изд-во Сергея Ходова, 2007. 304 с.

Первушина Е.В. Гатчина / Е.В. Первушина. СПб.: Паритет, 2009. 320 с.

5. Сайт официального представительства Ленинградской области. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.lenobl.ru>

6. Сайт официального представительства администрации МО «Город Гатчина». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gatchina-meria.ru>

7. Аналитическая справка о социально-экономическом положении Гатчинского муниципального района Ленинградской области за 2009 г.

8. Аналитическая записка по итогам социально-экономического развития муниципального образования «Город Гатчина» за 2009 год.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ И КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

АВЕРБУХ РОМАН НАУМОВИЧ – ректор Государственного института экономики, финансов, права и технологий, доктор экономических наук, профессор, академик РАЕН, г. Гатчина; **e-mail: mail@gief.ru.**

АКСЮТИК ЕЛЕНА АНАТОЛЬЕВНА – инженер кафедры управления экономическими и социальными процессами Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, г. Санкт-Петербург; **e-mail: aks65@mail.ru.**

БАБИНОВ ЕВГЕНИЙ НИКОЛАЕВИЧ – соискатель Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов, г. Санкт-Петербург; **e-mail: laborator@rambler.ru.**

БЕЙНАРОВИЧ ЛЮБОВЬ АНДРЕЕВНА – ассистент кафедры продюсерства Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, г. Санкт-Петербург; **e-mail: iem@gukit.ru.**

БЕЙСЕНБАЕВ АСКАР АСАНОВИЧ – руководитель представительства Президента в Парламенте Республики Казахстан, кандидат экономических наук, г. Астана, Казахстан; **тел. 8-701-777-18-77.**

БЕЛОВА ИРИНА ВЛАДИСЛАВОВНА – менеджер по административным вопросам ЗАО «Талосто», г. Санкт-Петербург; **e-mail: iem@gukit.ru.**

ГИМАРОВ ВЛАДИМИР ВЛАДИМИРОВИЧ – филиал ГОУ ВПО «Московский энергетический институт (ТУ)» в г. Смоленске, кандидат экономических наук, доцент, г. Смоленск; **e-mail: tatjank@yandex.ru.**

ДРАБЕНКО ВАДИМ АНАТОЛЬЕВИЧ – доцент кафедры менеджмента Государственного института экономики, финансов, права и технологий, кандидат экономических наук, доцент, г. Гатчина; **e-mail: mail@gief.ru.**

ДЛИ МАКСИМ ИОСИФОВИЧ – заведующий кафедрой менеджмента и информационных технологий в экономике филиала ГОУ ВПО «Московский энергетический институт (ТУ)» в г. Смоленске, доктор технических наук, профессор, г. Смоленск; **e-mail: midli@mail.ru.**

ДОЛГОВ ВЛАДИСЛАВ АЛЕКСАНДРОВИЧ – ассистент кафедры менеджмента и информационных технологий в экономике филиала ГОУ ВПО «Московский энергетический институт (ТУ)» в г. Смоленске, г. Смоленск; **e-mail: tatjank@yandex.ru.**

ЕГОРОВ ВЛАДИМИР ФЕДОРОВИЧ – заведующий кафедрой организации торговли, предпринимательской деятельности и маркетинга ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский торгово-экономический институт», доктор экономических наук, профессор, г. Санкт-Петербург; **тел. 8-911-927-17-84.**

ЖИЛКИН ИЛЬЯ АЛЕКСЕЕВИЧ – ведущий специалист Смоленского филиала КБ «Россельхозбанк», г. Смоленск; **e-mail: tatjank@yandex.ru.**

КАРВОНЕН АЛЕКСАНДР ЕВГЕНЬЕВИЧ – ассистент кафедры экономики и управления Ленинградского государственного областного университета им. А.С. Пушкина, г. Санкт-Петербург; **e-mail: karvonen@list.ru.**

КОЗЛОВА МАРИНА ВАЛЕНТИНОВНА – ассистент кафедры управления экономическими и социальными процессами Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, г. Санкт-Петербург; **e-mail: iem@gukit.ru.**

КОНСТАНТИНОВА НАТАЛИЯ НИКОЛАЕВНА – доцент кафедры государственного и муниципального управления Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики, кандидат экономических наук, г. Санкт-Петербург; **e-mail: fdpo_guse@mail.ru.**

КОРОТАЕВ ЕВГЕНИЙ ВЛАДИМИРОВИЧ – зам. директора ЗАО «Ленпромстройматериалы», г. Санкт-Петербург; **e-mail: evg_kor@mail.ru.**

КУГАРО ИРИНА НИКОЛАЕВНА – старший преподаватель кафедры управления предпринимательской деятельности Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики, аспирант, г. Санкт-Петербург; **e-mail: Rina1245@mail.ru.**

КУЧУМОВ АРТУР ВИКТОРОВИЧ – старший преподаватель кафедры управления предпринимательской деятельностью Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики, г. Санкт-Петербург; **e-mail: arturspb1@yandex.ru.**

ЛУБАШЕВ ЕВГЕНИЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ – проректор по учебной работе Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики, кандидат экономических наук, доцент, г. Санкт-Петербург; **e-mail: Lybashev-EA@mail.ru.**

ЛЫЧКИНА ЛЮБОВЬ СЕРГЕЕВНА – заместитель директора по учебной работе Мурманского филиала НОУ ВПО Московской академии предпринимательства при Правительстве Москвы, г. Мурманск; тел. **8-911-311-29-16.**

МИХАЙЛОВ СЕРГЕЙ АЛЕКСЕЕВИЧ – директор Департамента энергетической политики Министерства энергетики РФ, кандидат технических наук, г. Москва; **e-mail: mihailov-005@rambler.ru.**

ОЧИРОВА ТАМАРА БАИРОВНА – доцент кафедры «Управление предпринимательской деятельностью» Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики, кандидат экономических наук, г. Санкт-Петербург; **e-mail: baggirrasp@yandex.ru.**

ПЕЧЕРИЦА ЕЛЕНА ВАСИЛЬЕВНА – зам. зав. кафедрой управления предпринимательской деятельностью Института туризма и международных экономических отношений Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики, кандидат социологических наук, доцент, г. Санкт-Петербург; **e-mail: helene8@yandex.ru.**

ПУЧКОВ ВАЛЕРИЙ ВАЛЕРЬЕВИЧ – докторант Института проблем региональной экономики Российской академии наук, кандидат экономических наук, г. Санкт-Петербург; **e-mail: puchkov@kfpik.sp.ru.**

РОМАНОВА ЕКАТЕРИНА МИХАЙЛОВНА – аспирант ФГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет кино и телевидения», г. Санкт-Петербург; **e-mail: art-prints@yandex.ru.**

САЛИНА МАРИЯ ВЛАДИМИРОВНА – ведущий специалист Смоленского филиала КБ «Уралсиб», г. Смоленск; **e-mail: tatjank@yandex.ru.**

САПЕЛКО СВЕТЛАНА НИКОЛАЕВНА – старший преподаватель кафедры управления предпринимательской деятельности Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики, аспирант, г. Санкт-Петербург; **e-mail: SvetlanaS2003@mail.ru.**

СТАСЮК ТАТЬЯНА ПЕТРОВНА – старший преподаватель Тираспольского государственного университета, г. Тирасполь, Приднестровье; **e-mail: fdpo_guse@mail.ru.**

УТКИН ОЛЕГ АНАТОЛЬЕВИЧ – вице-губернатор Ленинградской области, кандидат экономических наук, г. Санкт-Петербург; **e-mail: mail@gief.ru.**

ХРАИМЕНКОВ МИХАИЛ МИХАЙЛОВИЧ – аспирант филиала ГОУ ВПО «Московский энергетический институт (ТУ)» в г. Смоленске, г. Смоленск; **e-mail: tatjank@yandex.ru.**

ШЛЁНСКОВА ЕЛЕНА СЕРГЕЕВНА – доцент ГОУ ВПО «Московская государственная академия коммунального хозяйства в строительстве», кандидат экономических наук, г. Москва.

ЯБЛОЧНИЮК АНДРЕЙ ПЕТРОВИЧ – заместитель управляющего магазином «СМАРТ», г. Санкт-Петербург; **e-mail: mar-apple@rambler.ru.**

ЯНЕНКО МАРИНА БОРИСОВНА – профессор кафедры организации торговли, предпринимательской деятельности и маркетинга ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский торгово-экономический институт», доктор экономических наук, г. Санкт-Петербург; тел. **8-921-310-33-28.**

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

1. В журнал принимаются статьи проблемного характера объемом от 6 до 15 страниц. Статья должна сопровождаться рецензией.

2. Материалы представляют в редакцию на дискетах (допустимы любые общепринятые шрифты, например Times New Roman Cyr, 14 кегль) через 1,5 интервала. При использовании специфических символов – шрифты должны прилагаться!

Таблицы готовятся как обычный текст, каждая колонка отделяется символом табуляции. При подготовке таблицы необходимо предоставление ее на бумаге в том виде, какой бы хотел видеть автор.

Рисунки могут быть выполнены в форме наиболее распространенных графических файлов BMP, PCX, JPU, EPS или TIF (использование форматов GIF, CDR, WMF, EVF не желательно!), при этом растровые файлы должны быть разрешением не менее 300 dpi (цветные изображения и в градациях серого) и 600 dpi (черно-белые изображения). При представлении рисунка только на бумаге или пленке качество рисунка определяет качество представленного оригинала. При подаче слайдов обязательно представление пробного оттиска (распечатки), можно черно-белого.

3. Автор должен предоставить в редакцию следующие сведения о себе: имя, отчество (полностью), фамилию автора (авторов), место работы, должность, ученую степень, ученые и почетные звания.

4. Автор также должен представить в редакцию краткую аннотацию статьи (до 200 знаков) и ключевые слова к статье.

5. Пронумерованные математические формулы и уравнения химических реакций следует набирать отдельным абзацем, номер ставят у правого края. Нумеруют только те формулы и уравнения, на которые впоследствии ссылаются. Рисунки и графики должны быть выполнены на отдельных листах (минимальный размер 90 x 120 мм, максимальный – 130 x 200 мм).

6. Ссылки на цитируемые источники следует давать в тексте статьи в круглых скобках с указанием инициалов, фамилий авторов и года опубликования. Например, (А.Б. Алексеев, Г.М. Певзнер, 1978); (О.О. Константинов и соавт., 1988); (G. Rasmussen et al., 1993).

7. В списке цитируемой литературы ссылки на журнальные статьи включают фамилии и инициалы всех авторов, полное название статьи, название журнала, год публикации, номер тома, номер журнала, страницы. Пример: Базылевич Т.Ф. О целостности индивидуальности / Т.Ф. Базылевич // Психол. журн. 1993. Т. 14. № 2. С. 25–34. Источники указывают в алфавитном порядке (вначале работы авторов на русском, затем на других языках).

8. Ссылки на монографии и сборники (труды) включают фамилии и инициалы авторов, полное название книги, город, издательство, год публикации, общее количество страниц (в случае цитирования части книги указывают только необходимые страницы). Примеры: Акимов Г.А. Общее охлаждение организма / Г.А. Акимов. Л.: Медицина, 1977. 183 с.; Захаренков В.К. Оптимизация работы высокотемпературных печей сопротивления / В.К. Захаренков, Ю.А. Полонский, И.В. Новоженина // Электротехника и электроэнергетика. Проблемы управления электроэнергетическими системами: Тр. СПбГТУ. № 471. СПб.: Изд-во СПбГТУ, 1998. С. 22–25. (В соответствии с ГОСТ 7.1.-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».)

9. К статье и рецензии прилагаются служебный и домашний адрес с почтовыми индексами и номерами телефонов авторов.

10. Статьи направлять по адресу: 188300 Ленинградская обл., г. Гатчина, ул. Рошинская, д. 5, Издательство ЛОИЭФ. Тел. (81371) 41-207, E-mail: lrief@gtn.ru.

Редакция оставляет за собой право редактирования и сокращения рукописей.

Для регулярной подписки или покупки журнала наложенным платежом вышлите заявку по адресу: Россия, 188300, Ленинградская обл., г. Гатчина, ул. Рошинская, д. 5, Издательство ЛОИЭФ.

ISSN 1683-6200



ВЕСТНИК

**РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ
ЕСТЕСТВЕННЫХ НАУК**

Корректор: И. Гаврилова
Верстка: И. Иванова

Подписано в печать 14.05.10 г.
Формат 60 x 90 ¹/₈ Тираж 500 экз. Заказ № 691