ВЕСТНИК

факультета управления СПбГЭУ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Выпуск 1 (ч. 1)
2017

Учредитель журнала – ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет».

Издатель журнала: Факультет управления Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Редакционная коллегия:
Максимцев И.А. – доктор экономических наук (Россия); **Горбашко Е.А.** – доктор экономических наук (Россия); **Федосеев И.В.** – доктор экономических наук (Россия); **Бездудная А.Г.** – доктор экономических наук (Россия); **Бутан Ян Мульер** – Ph.D. (Франция); **Дюкло Николя Луи** – Ph.D. (Франция); **Карлик А.Е.** – доктор экономических наук (Россия); **Миллер А.Е.** – доктор экономических наук (Россия); **Омаров М.М.** – доктор экономических наук (Россия); **Пашковская И.Н.** – доктор педагогических наук, (Россия); **Потемкин В.К.** – доктор экономических наук (Россия); **Саакян А.К.** – доктор социологических наук (Армения); **Трифонова Н.В.** – кандидат экономических наук (Россия); **Шматко А.Д.** – доктор экономических наук (Россия); **Яновская О.А.** – доктор экономических наук (Казахстан); **Юдин Д.С.** – ответственный редактор (Россия).

«Вестник факультета управления СПбГЭУ» зарегистрирован как самостоятельное средство массовой информации в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (РОСКОМНАДЗОР) (свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС 77-68585.)

Периодичность издания – 2 номера в год.

Все номера журнала находятся в свободном доступе на сайте: **vfu.unecon.ru**

Адрес редакции: 191002, г. Санкт-Петербург, ул. Марата д.27, ауд. К-603/
Телефон редакции: (812)312-72-32/
e-mail: science_DU@unecon.ru

Содержание

Приветственное слово главного редактора 3

Раздел I. Менеджмент качества: драйверы роста в современной экономике 4

Аверьянова Ольга Владимировна

ФОРМИРОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО УРОВНЯМ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ 4

Андреева Анна Евгеньевна

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ КРИТЕРИИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАЧЕСТВА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ 9

Виноградов Леонид Викторович

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КВАЛИМЕТРИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ 13

Головцова Ирина Геннадьевна, Довгенко Игорь Андреевич

УПРАВЛЕНИЕ АУТСОРСИНГОМ В КОНТЕКСТЕ КАЧЕСТВА ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ 16

Горбашко Елена Анатольевна

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ 21

Гуляева Галина Григорьевна

МОНИТОРИНГ КАЧЕСТВА КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ 26

Ермолаев Евгений Евгеньевич, Ушанова Наталья Анатольевна

НЕПРЕРЫВНОЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА КАК ФАКТОР УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ 33

Краснова Ольга Николаевна

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ КАЧЕСТВА В КАЗАХСТАНЕ 38

Куганов Виктор Германович, Ивашкин Георгий Андреевич

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ НА МАЛОМ ПРЕДПРИЯТИИ 42

Кукушкин Олег Владимирович, Полюхович Вячеслав Валерьевич

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ 48

Левшин Лев Михайлович, Жемчугова Оксана Владимировна

РИСК-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД И СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ 53

Леонова Татьяна Иннокентьевна, Мамедов Эйтирам Эйтибароглы

МОДЕЛИ ЭКОНОМИКИ КАЧЕСТВА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИЙ 56

Лыскова Ирина Ефимовна

ОСНОВНЫЕ ПАРАДИГМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В АСПЕКТЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ 60

Скрипко Лариса Евгеньевна
РОЛЬ И МЕСТО ПЕРСОНАЛА В СИСТЕМЕ КАЧЕСТВЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ 65
Стефанова Татьяна Геннадьевна, Козимянец Кирилл Викторович
РАЗВИТИЕ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ОСНОВЕ РЕАЛИЗАЦИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА 69
Туманов Константин Михайлович, Маркова Екатерина Александровна
КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РФ 74
Фадеева Наталья Владимировна, Левшина Виолетта Витальевна
ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПОНЯТИЕ, РОЛЬ И МЕСТО В МЕНЕДЖМЕНТЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ 78
Четыркина Наталья Юрьевна
СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ВУЗОВ В РОССИИ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ 82
Раздел II. Государственное управление и местное самоуправление в современных условиях: проблемы повышения эффективности 89
Андреева Алла Викторовна,Генг Варвара Антоновна
РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЁРСТВА В ЭКОНОМИКЕ (НА ПРИМЕРЕ ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ) 89
Бабкина Людмила Николаевна
КВАЛИМЕТРИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫМИ ПРОЦЕССАМИ 94
Бачуринская Ирина Анатольевна, Веденеева Ольга Владимировна
ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ 100
Болотов Дмитрий Анатольевич, Межевич Николай Маратович
МЕЖМУНИЦИПАЛЬНОЕ МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КАК СПОСОБ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ: ОПЫТ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ 105
Брянцева Ирина Витальевна, Скубрий Виктория Сергеевна
РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ 111
Воронина Елена Владимировна
МУНИЦИПАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИИ 116
Гокова Ольга Владимировна
МОДЕЛЬ МОЛОДЕЖНОЙ ПРОНАТАЛИСТСКОЙ ПОЛИТИКИ В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ) 122
Доржиева Ирина Цырендашиевна, Романова Тамара Григорьевна
БЮДЖЕТНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ РАСХОДОВ НА ОБРАЗОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БУРЯТИЯ 127

Загузина Екатерина Геннадьевна
МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ ВЫПОЛНЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ В РЕШЕНИИ ЗАДАЧИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ 131
Зарукина Елена Викторовна
ГОРОДСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА И ОБРАЗ ЖИЗНИ ГОРОЖАН: ПРОБЛЕМЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ 136
Зыкова Вита Евгеньевна
НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ОТРАСЛЕЙ РОССИИ 140
Иванова Марина Вячеславовна
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕДУР ОТБОРА КАДРОВ НА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЕ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ 147
Калязина Елена Геннадьевна
СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ 152
Ким Ольга Леонидовна
ВОПРОС ОБ ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ 158
Киселева Альбина Мусаевна
К ВОПРОСУ О СУБЪЕКТАХ УПРАВЛЕНИЯ ПУБЛИЧНЫМ СЕКТОРОМ В СЕВЕРНЫХ РЕГИОНАХ 164
Паршина Любовь Николаевна, Кравченко Любовь Алексеевна
УПРАВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫМ БЮДЖЕТОМ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ) 169
Любарская Мария Александровна, Цуркан Марина Валериевна
УЧАСТИЕ МЕСТНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И НАСЕЛЕНИЯ В ФИНАНСИРОВАНИИ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ПРОЕКТОВ 173
Любишина Алина Викторовна
НАПРАВЛЕНИЯ СНИЖЕНИЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫХ УСЛУГ В КРУПНЫХ ГОРОДАХ РОССИИ 178
Межов Игорь Степанович, Клецкова Елена Викторовна
СИСТЕМНЫЕ ИМПЕРАТИВЫ ВЫБОРА ПАРАДИГМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКОЙ 183
Найденова Татьяна Анатольевна, Швецова Ирина Николаевна
РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИНЦИПА БЮДЖЕТНОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ 189
Николихина Светлана Анатольевна, Половникова Надежда Анатольевна
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВТОРИЧНОГО РЫНКА ЖИЛЬЯ В РФ 195
Новокшонова Елена Николаевна
ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ ЧЕРЕЗ МЕХАНИЗМ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ 200

Окладникова Елена Алексеевна

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВНЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АРХЕОЛОГИЧЕСКИХ И ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ ЛАНДШАФТОВ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ 205

Путинцева Наталья Александровна

НРАВСТВЕННЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ 217

Салохин Николай Павлович

ПРОТИВОРЕЧИЯ ЕДИНИЦЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ 220

Соловьев Аркадий Константинович

МОДЕРНИЗАЦИЯ ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ РАДИКАЛЬНЫХ СТРУКТУРНЫХ СДВИГОВ РЫНКА ТРУДА 225

Сурвило Татьяна Сергеевна, Фелдмане Элина

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ 230

Татарникова Валерия Владимировна

МЕЖБЮДЖЕТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, ВНУТРИРЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ 235

Трошкова Екатерина Викторовна, Левшина Виолетта Витальевна

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНОЙ ТРУДА В РЕГИОНЕ НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ 242

Фугалевич Елена Владимировна

МИРОУСТРОЙСТВО XXI ВЕКА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ МЕЖДУНАРОДНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ 247

Юденко Марина Николаевна, Юденко Евгений Анатольевич

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ БЫСТРОРАСТУЩИМИ ИННОВАЦИОННЫМИ КОМПАНИЯМИ 250

Раздел III. Клиентоориентированные бизнес-модели: модели устойчивого потребления и модели вовлечения потребителей 258

Аминова Азиза Норовна

УПРАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬЮ И ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ МАРКЕТИНГА, ОСНОВАННОГО НА СТОИМОСТНЫХ ПОКАЗАТЕЛЯХ 258

Байков Вениамин Германович

ДОКАЗАТЕЛЬСТВО ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КРАУДФАНДИНГА В КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЯХ 261

Буслаева Юлия Николаевна

ГЛУБИНА И МНОГОАСПЕКТНОСТЬ ПОНЯТИЯ МАРКЕТИНГ ВПЕЧАТЛЕНИЙ 267

Жукова Татьяна Николаевна

МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ ОРГАНИЗАЦИИ С ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ СТОРОНАМИ 272

Конников Евгений Александрович, Погребова Ольга Анатольевна

МАРКЕТИНГ НЕКРОПРОИЗВОДСТВ 277

Куприк Надежда Ивановна

К ВОПРОСУ ПРИМЕНЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ ТЕОРИИ ПОКОЛЕНИЙ ДЛЯ АНАЛИЗА ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РАДИКАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ 280

Латышова Людмила Сергеевна

РОЛЬ ТОЧЕК КОНТАКТА В ПОВЫШЕНИИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ГОСТЕЙ РЕСТОРАНА 286

Мелентьева Надежда Ивановна

МЕЖСУБЪЕКТНЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ СРЕДЕ..... 290

Мусатова Жанна Борисовна, Скоробогатых Ирина Ивановна

ТРАНСФОРМАЦИЯ МОДЕЛЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЕ КЛИЕНТСКИМ ОПЫТОМ 294

Невоструев Петр Юрьевич

DIGITAL FOOTPRINTS КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОФИЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ SMART-МАРКЕТИНГА 298

Писарева Екатерина Владимировна

ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО МАРКЕТИНГ МЕНЕДЖМЕНТА КОМПАНИЙ 301

Попова Юлия Федоровна

ПОНЯТИЕ СТРАТЕГИИ В СЕТЕВОМ ПОДХОДЕ 307

Сагинова Ольга Витальевна, Дюметц Жером

СЕРВИТИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ СЕРВИСНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ 312

Сидорова Екатерина Алексеевна

ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЕ КАК МОДЕЛЬ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ 316

Трачук Аркадий Владимирович, Линдер Наталия Вячеславовна

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ МОБИЛЬНЫХ ПЛАТЕЖНЫХ СЕРВИСОВ В РОССИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ПОНИМАНИЮ ФАКТОРОВ РАСПРОСТРАНЕНИЯ 322

Трефилова Ирина Николевна, Кассюра Евгений Владимирович

МАРКЕТИНГ В ЦЕПОЧКЕ ЦЕННОСТИ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ИССЛЕДОВАНИЙ 328

Фирсанова Ольга Владимировна

«ЗЕЛЕНАЯ» ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМЫ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ И ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ОРГАНИЗАЦИЙ..... 333

Халиков Глеб Витальевич

ТИПОЛОГИЯ МОДЕЛЕЙ ВОВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ СОТРУДНИЧЕСТВА 338

Цой Александр Вадимович

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА ВОВЛЕЧЕНИЯ..... 343

Юлдашева Оксана Урняковна, Трефилова Ирина Николевна

ТИПОЛОГИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ МОДЕЛЕЙ ВО ВЗАИМОСВЯЗИ С ЭВОЛЮЦИЕЙ ТЕОРИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ 347

Раздел IV. Логистические инновации в современном менеджменте: глобальные и региональные аспекты 353

Арбатская Екатерина Владимировна

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ 353

Борисова Вера Викторовна

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ КЛАСТЕРЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ 359

Букринская Эльвира Мансуровна

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В ГОРОДСКИХ СИСТЕМАХ 362

Гвилия Наталья Алексеевна

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПОТОКИ КЛАСТЕРА: РОЛЬ И МЕСТО В КОНЦЕПЦИИ «ТРОЙНОЙ СПИРАЛИ» 367

Дандина Анастасия Юрьевна

ПРОБЛЕМНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЛОГИСТИКОЙ УТИЛИТАРНОГО СЕРВИСА 371

Дмитриев Александр Викторович

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ 376

Дюкова Ольга Михайловна

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ 384

Закревский Алексей Андреевич

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СЕРВИСНЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ТРАНСПОРТНЫХ УЗЛОВ 388

Компанийцева Оксана Вячеславовна

КОНТРОЛЬНО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИМПЕРАТИВ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИКОЙ ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ 393

Кривошеев Антон Юрьевич

ТЕХНОЛОГИЯ «СУХОГО ПОРТА» КАК ИННОВАЦИЯ В ТАМОЖЕННОЙ И ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКЕ 398

Ли Яньцзе

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК НА КИТАЙСКОМ ГАЗОВОМ РЫНКЕ 402

Липатова Ольга Николаевна

ИНТЕГРАЦИЯ ТРАНСПОРТНЫХ И СКЛАДСКИХ СИСТЕМ В РАМКАХ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 407

Лю Дан, У Цзин

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ КНР 411

Мороз Вадим Николаевич
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ В ИННОВАЦИОННОМ КЛАСТЕРЕ 414
Мясникова Людмила Анатольевна
ЛОГИСТИКА АДДИТИВНЫХ ПРОИЗВОДСТВ 419
Наумов Владимир Николаевич
СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫМИ ЦЕПОЧКАМИ ПОСТАВОК С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ 423
Отева Наталья Сергеевна
ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ 428
Сандрикова Динара Вагифовна
ЭКСПОБИЗНЕС КАК ЛОГИСТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА 431
Смирнова Елена Александровна
ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ТАМОЖЕННЫХ ПОСРЕДНИКОВ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ЦЕПЯХ ПОСТАВОК 434
Тюрина Ксения Александровна
ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК 438
Философова Дарья Кирилловна
ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ЛОГИСТИЧЕСКИХ ИЗДЕРЖЕК ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ 443
Шульженко Татьяна Геннадьевна
ПРИНЦИПЫ ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ КОГНИТИВНЫМ КАПИТАЛОМ РЕГИОНА 447
Щербаков Владимир Васильевич
ТЕНДЕНЦИИ АКТУАЛИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПЛАТФОРМ 452
Юрченко Зинаида Владимировна
ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО РЕГИОНА РОССИИ 457
Раздел V. Стратегические проблемы развития предприятий на макро-, мезо- и микроуровне 462
Алексеевский Сергей Юрьевич, Косоногова Екатерина Сергеевна
ПОТЕНЦИАЛ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ДЛЯ КРУПНЫХ КОРПОРАТИВНЫХ СУБЪЕКТОВ 462
Арфае Анна Владимировна, Галенко Валентин Павлович
О ПРИНЦИПАХ ВНУТРИОТРАСЛЕВОЙ РОТАЦИИ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ 466
Волостных Вадим Викторович, Иванкович Анна Вадимовна
ОТРАСЛЕВОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННУЮ ЭПОХУ. СУДОСТРОЕНИЕ: ИЗ РЫНКА В ОТРАСЛЬ 471

Ворушилина Евгения Николаевна, Мирошниченко Марина Александровна
ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ И ОЦЕНКА СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ГИБКОСТИ ООО «СПБ-КОНСАЛТ» 477
Гапонова Дарья Дмитриевна
ВОЗМОЖНОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА СПГ РОССИИ 483
Карлик Александр Евсеевич, Платонов Владимир Владимирович
ИЗУЧЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ В ПЕРСПЕКТИВЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ 487
Косоногова Екатерина Сергеевна, Евстифеева Виктория Всеволодовна
ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЗАТРАТ НА СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ В РЕКЛАМНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ 492
Косоногова Екатерина Сергеевна, Савельев Владислав Николаевич
АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ В СФЕРЕ БИЗНЕС-АВИАЦИИ 495
Косоногова Екатерина Сергеевна, Шеломенцева Наталья Александровна
ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНЕШНЕГО ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ 499
Куценко Екатерина Эдуардовна
ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОГО КООПЕРИРОВАНИЯ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ 503
Ланская Дарья Владимировна, Панченко Антон Николаевич
ФАКТОР ЗДОРОВЬЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА 506
Лизовская Вероника Владимировна
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ 511
Мазуренко Ольга Максимовна
МЕХАНИЗМЫ РОСТА ИСТИННЫХ НОРМ ИНВЕСТИЦИЙ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ 514
Мирошниченко Марина Александровна, Короткевич Анастасия Юрьевна
КООРДИНАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ ПО ВОПРОСАМ ДОУ 519
Остонен Екатерина Алексеевна
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ИНЖИНИРИНГОВЫХ КОМПАНИЙ 524
Пашигорева Галина Ивановна, Косоногова Екатерина Сергеевна
АУДИТОРСКОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ КАК ДОКАЗАТЕЛЬНАЯ БАЗА 529
Пискун Елена Ивановна
ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО СЦЕНАРИЯ РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ 532

Семеркова Любовь Николаевна, Дивненко Зоя Александровна

УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ (ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ) 537

Сиротенко Михаил Викторович

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИМПЕРАТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ ОТРАСЛЕЙ 545

Федосеев Игорь Васильевич, Разумей Валентина Юрьевна

КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СТРАТЕГИИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СПАДА 551

Приветственное слово главного редактора

Журнал «**Вестник факультета управления СПбГЭУ**» – официальное издание, специализирующееся на освещении научных проблем, результатов научно-практической исследовательской деятельности ученых Санкт-Петербургского государственного экономического университета и других образовательных и научно-исследовательских учреждений, касающихся широкого круга вопросов, связанных с развитием теории и практики управления в социально-экономических системах.

Журнал «Вестник факультета управления» – периодическое издание, зарегистрированное в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС 77-68585), выходит два раза в год.

Мы планируем, что в основе содержания журнала будут статьи, сообщения (научные тезисы), а также экспертные мнения ведущих специалистов (практиков) в различных областях менеджмента, государственного управления, управления ресурсами и сферами экономики России и других стран. Особое место будет отводиться материалам, представленным на различных форумах, дискуссиях и круглых столах.

Перед публикацией все материалы будут проходить обязательную экспертизу.

Издание будет носить научно-практический характер и в первую очередь способствовать популяризации науки как в академической (научной) среде, так и в среде руководителей предприятий реального сектора экономики, государственных служащих России.

Представляем вашему вниманию материалы, включенные в первый номер журнала. В основе данного выпуска – материалы дискуссий и круглых столов в рамках XII Международной научно-практической конференции «Современный менеджмент: проблемы и перспективы» (27-28 апреля 2017 года). Конференция проходит под эгидой Евразийской ассоциации университетов. Организаторы научного мероприятия: Комитет по науке и высшей школе Правительства Санкт-Петербурга, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

С уважением,

И.А. Максимцев,
д.э.н., профессор, ректор СПбГЭУ,
главный редактор журнала

Раздел I
Менеджмент качества: драйверы роста в современной экономике

УДК 338:378

Аверьянова Ольга Владимировна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ФОРМИРОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ПО УРОВНЯМ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Аннотация. Национальная система образования является одним из важнейших компонентов социально-экономического развития народного хозяйства и становится более привлекательной для инвестиций. Сфера образования является сферой вложения капитала с отдачей в виде прибыли. В связи, с чем возникает необходимость рассмотреть вопросы управления факторами конкурентоспособности образовательных услуг. Уровень конкурентоспособности образовательного учреждения определяется функционирующим капиталом, персоналом, технологиями, оборудованием, инновационной культурой, инфраструктурой. Основная организационная проблема повышения конкурентоспособности образовательных услуг состоит в синтезе традиционных форм и методов повышения качества и эффективности образовательного процесса и двухуровневой системы обучения. Необходимым условием обеспечения конкурентоспособности является адекватная стратегия ценообразования на образовательные услуги. При этом для получения соответствующего уровня доходности следует учитывать не только структуру расходов, но и востребованность данных услуг. Обеспечить успех в конкурентной борьбе на рынке качественных образовательных услуг в соответствии с критериями законодательства и требованиями рынка может только создание и освоение эффективной системы управления конкурентными преимуществами образовательных учреждений.

Ключевые слова: система образования, конкурентные преимущества, повышение конкурентоспособности, образовательные услуги, управленческие решения, уровни конкурентоспособности.

Averyanova Olga, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

FORMATION OF ADMINISTRATIVE DECISIONS ON THE LEVEL OF COMPETITIVENESS EDUCATIONAL SERVICES

Abstract. The national education system is one of the most important components of socio-economic development of the national economy and is becoming more attractive for investment. The field of education is an area of capital investments with returns in the form of profit. In this regard, there is a necessity to consider the governance factors of competitiveness of educational services. The level of competitiveness is determined by the educational institution functioning capital, personnel, technology, equipment, innovative culture infrastructure. The main organizational prob-

© Аверьянова О.В., 2017.

lem of increasing the competitiveness of educational services is the synthesis of traditional forms and methods of improving the quality and effectiveness of the educational process and the two-tier system of education. A prerequisite for competitiveness is adequate pricing strategy for educational services. At the same time to obtain the appropriate level of profitability should consider not only the cost structure, but also the demand for data services. To ensure success in the competitive market of high-quality educational services in accordance with the criteria for legislative and market requirements can only be the creation and development of an effective competitive advantages of the control system of educational institutions.

Keywords: education system, competitive advantage, improving competitiveness, educational services, management solutions, competitive levels.

Национальная система образования, как один из важнейших компонентов социально-экономического развития народного хозяйства превращается в привлекательную и открытую для инвестиций сферу. Для бюджетов всех уровней это достаточно затратная сфера, отдача от которой ожидается в будущем. С точки зрения воспроизводственных процессов, когда в экономике в целом, благодаря вовлечению новых специалистов в процесс производства, создается мультипликативный эффект, для работодателей сфера образования является сферой вложения капитала с отдачей в виде прибыли. В связи с этим возникает необходимость рассмотреть вопросы управления факторами конкурентоспособности образовательных услуг на трех уровнях: потребительском, экономическом и организационном.

Потребительский уровень – это уровень производства и потребления услуг образовательного учреждения, рассматриваемый с позиций конкурентоспособности национальной системы образования.

Экономический – уровень конкурентоспособности образовательного учреждения как производителя образовательных услуг для работодателей (как специфического «предприятия», участвующего в воспроизводственном процессе).

Организационный уровень – это уровень управления процессом создания конкурентоспособных образовательных услуг в самом образовательном учреждении.

Решение проблемы повышения конкурентоспособности образовательных услуг рассматривается в двух аспектах:

– как результат образовательного процесса, обеспечивающий соответствие уровня компетентности выпускников требованиям рынка труда;

– как конкурентоспособности образовательных услуг на рынке труда.

Конкурентные преимущества национальной системы образования зависят от стратегического планирования, от формирования системы аккумулирования средств многоканального финансирования, технологической политики и технологий, организационной системы, административного управления.

Уровень конкурентоспособности образовательного учреждения определяется функционирующим капиталом, персоналом, технологиями, оборудованием, инновационной культурой, инфраструктурой и другими не менее важными показателями. Способность быть выделенным среди других учебных заведений в силу наилучших конкурентных показателей, характеризующих качество и эффективность на «входе» и «выходе» образовательного учреждения.

На уровне услуг образовательного учреждения рассматривается управление его конкурентоспособностью, которое строится строго в определенной последовательности: миссия образовательного учреждения; его связь с внешней средой; инструменты инновационной экономики; принципы, функции и методы управления.

После того как будет сформулирована миссия образовательного учреждения, изучены запросы потребителей, проведен анализ внешней среды, спрогнозирована конкурентоспособность элементов «входа» необходимо разработать структуру специальностей, инновационных программ, учебных планов и сформулировать требования к качеству маркетинговых, экономических, социальных, обеспечивающих, образовательных, инновационных и других процессов.

Главным условием повышения конкурентоспособности образовательного учреждения является интеграция школы, вуза, науки, производства и рыночного механизма.

Управленческие решения по их реализации исходят из дерева целей и решении конкретных задач по следующим приоритетным направлениям:

1) миссия образовательного учреждения (что мы хотим и чем располагаем?);

2) «выход» (что рынок потребителей ждет от нас?);

3) внешняя среда (кто и как на нас воздействует со стороны?);

4) «вход» (что рынок поставщиков может дать образовательному учреждению?);

5) стратегия и структура (какова должна быть стратегия функционирования и развития образовательного учреждения, какие подразделения оно должно иметь?);

6) процессы по переработке «входа» в «выход» (какими процессами и как должно управлять образовательное учреждение?).

Конкурентоспособность услуг образовательных учреждений в неявном виде выступает тождественной таким экономическим категориям, как качество и эффективность, то с операционной точки зрения для решения проблемы повышения конкурентоспособности услуг образовательного учреждения могут привлекаться традиционные теоретические и практические методы и средства решения управленческих и экономических задач, связанных в той или иной степени с проблематикой качества и эффективности.

Основная организационная проблема повышения конкурентоспособности образовательных услуг состоит в синтезе традиционных форм и методов повышения качества и эффективности образовательного процесса и двухуровневой системы обучения.

Внедрение современных методик, привлечение финансовых, интеллектуальных и информационных ресурсов было направлено на повышение конкурентоспособности услуг образовательных учреждений через интеграцию вуза и работодателей с целью обеспечения подготовки компетентных кадров, создания условий, основных и вспомогательных процессов, работающих на результат [2. С. 93].

Систематизация управленческих решений по повышению конкурентоспособности образовательных услуг на потребительском, экономическом и организационном уровнях, позволяет выстроить иерархию целей и последовательность действий управленцев различного уровня по повышению конкурентоспособности образовательных услуг.

Конкурентная борьба между вузами – это совокупность действий, направленных на достижение конкурентного преимущества, на завоевание прочных позиций на рынке образовательных услуг. «Суть создания конкурентного преимущества - в формировании характеристик рыночной деятельности, которые создают определенное превосходство над конкурентами. Создание конкурентного преимущества связано с разработкой и реализацией комплекса мер, превосходящих по эффективности комплекс мер конкурентов по одному или нескольким направлениям...» [1. С. 181].

Конкурентные преимущества образовательного учреждения – это его способность быть выделенным среди других учебных заведений в силу наилучших социально-экономических показателей, таких как качество обучения, цена, формы и методы обучения, условия, месторасположение, престиж, реклама.

Необходимым условием обеспечения конкурентоспособности является адекватная стратегия ценообразования на образовательные услуги. При этом для получения соответствующего уровня доходности следует учитывать не только структуру расходов, но и востребованность данных услуг.

Потребитель «оценивает» предлагаемые услуги, то есть определяет, в какой мере их потребительские качества соответствует его потребностям или же будут востребованы в ближайшем будущем.

Ценовая конкуренция направлена на повышение конкурентоспособности услуг на рынке, то есть цена выступает составляющим элементом их конкурентоспособности. В связи с этим, говоря о грамотной ценовой политике, выстраиваемой образовательным учреждением, можно говорить о расширенном понимании «перекрестного» ценообразования, когда, с одной стороны, цена определяется комплексом издержек на производство и обеспечение последующего потребления услуг, а с другой стороны, мерой их полезности для потребителя с учетом стоимости потребления.

В условиях традиционных, сложившихся рынков вузы зачастую вынуждены ориентироваться на цены конкурирующих производителей, поддерживая тем самым ценовой паритет, позволяющий получать определенный уровень прибыли, без необходимости лидировать в цене на данном сегменте рынка [5. С. 276].

Однако эффективная ценовая стратегия учреждений образования должна представлять собой нечто большее, чем отражение рыночной конъюнктуры. Любое ценовое решение должно отражать, во-первых, основную рыночную стратегию; во-вторых, сегментацию рынка; в-третьих, эластичность рынка; в-четвертых, уровень издержек по продвижению услуг на внешние рынки; в-пятых, потенциал конкурирующих местных и иностранных производителей.

Для обеспечения конкурентоспособности образовательного учреждения на рынке, важной стратегической задачей становится опережение конкурентов в разработке и освоении новых образовательных услуг, новых педагогических

технологий, новых образовательных программ, нового уровня профессиональной практической подготовки, новой ценовой политики, нововведений в организации обучения детализации образовательных направлений. Изучение конкурентной среды требует систематического наблюдения за главными конкурентами, не упуская из виду и потенциальных партнеров. Многие образовательные учреждения изучают и учитывают в своих профессиональных разработках достижения конкурентов, т.е. осуществляют бенчмаркинг.

Бенчмаркинг – это процесс постоянного исследования наилучших практик, которые определяют наиболее высокую характеристику конкурентоспособности [3. С. 17].

Образовательные учреждения действуют в непрерывно развивающейся конкурентной среде. Усиление конкуренции связано с недостаточной сформированностью рынка труда и инвестиционных ресурсов образовательной деятельности.

Повышение конкурентоспособности вуза связано с его способностью удовлетворять имеющиеся и предполагаемые требования потребителей, изучение которых должно стать выделенным направлением его деятельности. Фокус на потребителя, создание долгосрочной клиентской базы – основа эффективной рыночной стратегии. Качество образования связано с общим развитием и улучшением научно-образовательного потенциала образовательного учреждения, особое внимание должно уделяться формированию инновационной среды образовательных процессов с целью создания образовательных услуг с новым конкурентоспособным качеством.

Для успешной научно-образовательной деятельности образовательного учреждения в условиях рыночной экономики необходимы кооперация, партнерство и взаимодействие вуза с правительством, промышленностью, обществом в целом, другими образовательными структурами, успешная деятельность в конкурентной среде рынка образовательных услуг и рынка интеллектуального труда при сохранении вузом своего академического характера, «моральной и интеллектуальной независимости от любой политической власти и экономической силы» (Великая хартия европейских университетов) [4. С. 37].

Обеспечить успех в конкурентной борьбе на рынке качественных образовательных услуг в соответствии с критериями законодательства и требованиями рынка может только создание и освоение эффективной системы управления конкурентными преимуществами образовательных учреждений.

Список литературы

1. *Беляев Д.А.* Применение информационных систем управления как необходимый элемент стратегического управления экономическими процессами в вузе // Университетское управление. 2014. № 5–6(33). С. 179-183.

2. *Иванова Н.И.* Национальные инновационные системы. М.: Научное издание, 2012. 276 с.

3. *Клинова Е.В., Меркулова О.П.* Обеспечение качества образовательного процесса (уровень факультета). М.: Центр экономики и маркетинга, 2015. 84 с.

4. *Муромцев Ю.Л.* Принятие проектных решений: Учеб. пособие / *Ю.Л. Муромцев*. – Тамбов: Изд-во Тамбовский гос. тех. университет, 2013. 80 с.

5. *Скалозубова Н.А., Штейнман М.Я.* Финансовое планирование. М.: Финансы, 2014. 413 с.

УДК 658.562.64

Андреева Анна Евгеньевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ КРИТЕРИИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАЧЕСТВА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. В статье рассматривается одна из актуальных проблем развития российского гостиничного сектора, связанная с обеспечением нормативных классификационных требований деятельности гостиниц и других средств размещения, рассмотрены состав требований и последовательность проведения оценки для присвоения категории, отмечено, что выполнение данных требований может обусловить значительные инвестиции, для реализации которых необходимо соблюдение норм экономической эффективности, что предполагает рассмотрение возможных направлений совершенствования качества деятельности на основе экономических критериев, представлены инвестиционные подходы с учетом особенностей проектов, связанные с качеством, приведен пример для гостиничной деятельности.

Ключевые слова: гостиничное предприятие, инвестиционный проект, классификация гостиниц, качество деятельности.

Andreeva Anna, E.
Saint-Petersburg State University of Economics

ECONOMIC CRITERIA OF HOTEL ENTERPRISES ACTIVITY QUALITY IMPROVEMENT

Abstract. The article discusses one of the urgent problems of development of the Russian hotel sector related to the provision of regulatory classification requirements of hotels and other accommodation, considered the requirements and sequence of evaluation for assigning categories, it is noted that compliance with these requirements may lead to significant investment, the implementation of which requires compliance with economic efficiency, that involves consideration of possible directions of improving the quality of activities based on economic criteria, presented the investment approaches taking into account characteristics of the projects related to quality, is an example of hotel business.

Keywords: hotel enterprise, investment project, classification of hotels, quality activities.

Одной из наиболее актуальных современных проблем развития отечественного гостиничного сектора является проведение классификации деятельности гостиниц и иных средств размещения (далее гостиничных предприятий), предусматривающей соответствие требованиям классификатора [1], что обуславливает формирование единого подхода на рынке гостиничных услуг к обеспечению качества деятельности гостиничных предприятий.

В соответствии с нормативными документами [1] классификация гостиничных предприятий проводится на основе оценки соответствия классификационным требованиям, по результатам которой принимается решение о присвоении соответствующей категории из шести предусмотренных категорий, а

© Андреева А.Е., 2017.

именно: пять звезд, четыре звезды, три звезды, две звезды, одна звезда, без звезд. Экспертная оценка включает в себя оценку гостиничных предприятий, номерного фонда, персонала и проводится в несколько этапов. На первом и втором этапе проводится предварительная оценка соответствия гостиничного предприятия одной из категорий и составляется балльная оценка гостиничного предприятия по таким критериям, как: здание, техническое оборудование и оснащение, номерной фонд, санитарные объекты общего пользования, общественные помещения, помещения для предоставления услуг питания. На третьем и четвертом этапах производится балльная оценка по критериям: техническое оснащение, оснащение мебелью и инвентарем, санитарно-гигиеническое состояние номера. На пятом этапе составляется балльная оценка соответствия персонала по критериям: квалификационные требования и требования к знанию иностранных языков. На шестом, заключительном, этапе на основании полных результатов обследования составляется акт оценки соответствия гостиничного предприятия и производится присвоение предприятию одной из категорий.

Безусловная значимость проведения классификации средств размещения заключается в обеспечении качества деятельности отечественных гостиничных предприятий в соответствии с общепризнанными требованиями, прозрачном регулировании качества на рынке услуг размещения, защите прав потребителей и других заинтересованных сторон.

Однако имеется другая проблема, связанная с вопросами экономического характера и обусловленная тем, что в некоторых случаях для обеспечения и улучшения качества детальности гостиничных предприятий в соответствии с классификационными требованиями необходимы инвестиции, то есть вложения дополнительных денежных средств. В этой связи возникает задача оценки инвестиционных проектов и принятия решений о совершенствовании качества деятельности гостиничных предприятий на экономической основе.

Важно подчеркнуть, что в рыночных условиях товарно-денежных отношений формирование стратегии совершенствования качества деятельности любого, в том числе и гостиничного предприятия должно основываться на экономических критериях [2, 3, 4].

Как известно, экономическая оценка проектов по вложению инвестиций состоит в анализе экономических эффектов от реализации этих инвестиций за весь период осуществления проекта. Оценка проектов по обеспечению и улучшению качества принципиально не отличается от экономической оценки эффективности любого другого инвестиционного проекта.

В соответствии с теорией инвестиционного анализа для расчетов экономических эффектов от реализации проектов, связанных с совершенствованием качества деятельности, определяются изменения затрат и результатов проекта с использованием типовых экономических показателей, определяемых в инвестиционном бизнес плане проекта, включающего показатели абсолютного эффекта и эффективности, позволяющие оценить проект без применения так называемого сравнительного эффекта, что особенно важно для проектов совершенствования качества, для которых может не оказаться базы для сравнения, и

произвести выбор между альтернативными направлениями инвестиций. Наиболее важные из множества показателей инвестиционного анализа являются:

- NPV (Net Present Value) – чистая текущая стоимость;
- IRR (Internal Rate of Return) – внутренний коэффициент эффективности (внутренняя норма доходности);
- срок окупаемости инвестиций;
- расчетная норма дохода.

Все эти показатели базируются на утвержденной Международным центром промышленных исследований при Организации Объединенных Наций (UN1DO) методике экономической оценки проектов инвестиций.

Показатель NPV, обозначаемый в российской практике как чистый дисконтированный доход, рассчитывается по формуле (1):

$$\mathrm{NPV} = \sum_{t=0}^{T} \frac{(R_t - З_t)}{(1+e)^t} - \sum_{t=0}^{T} \frac{K_t}{(1+e)^t}, \qquad (1)$$

где R_t, $З_t$, K_t – величины, составляющие соответственно результаты, издержки и единовременные инвестиционные вложения, полученные или произведенные на t-м временном периоде инвестиционного проекта, e – ставка дисконтирования, T – временной горизонт инвестиционного проекта.

Критерий NPV для инвестиционного проекта заключается в том, что если определенная таким образом итоговая величина NPV > 0, то проект возможен к реализации, а если меньше нуля, то проект невозможен, т.к. доходы оказались меньше расходов.

Показатель внутренней нормы доходности инвестиционного проекта (IRR) заключается в том, что определяется такая ставка дисконтирования, при которой NPV (чистая текущая стоимость) становится равной нулю. Поэтому IRR является внутренней нормой, характерной инвестиционному проекту, и определяется путем решения уравнения (2):

$$\mathrm{NPV} = 0. \qquad (2)$$

Выбор по показателю IRR для инвестиционного проекта заключается в том, что проект возможен, если IRR > $K_{\text{внеш}}$, и в противном случае, если IRR < $K_{\text{внеш}}$, проект не принимается. Критерий $K_{\text{внеш}}$ составляет внешнюю рыночную или отраслевую норму дохода (например, в качестве критерия может быть взята ставка рефинансирования).

Выбор из нескольких проектов проводится путем ранжирования NPV и соответствующих им IRR, отвечающих предельным условиям, что позволяет выбрать наиболее оптимальный вариант.

Следует отметить, что инвестиционные проекты, связанные с качеством, имеют некоторые особенности, заключающиеся в том, что стратегия совершенствования качества включает нестоимостные категории, использование которых может внести изменения в классическую методику, обусловленные «переводом» некоторых нестоимостных категорий в стоимостные оценки. Например, в проектах качества необходимо установить, как более высокая удовлетворенность выразится в росте продаж, или как влияет имидж качественной деятель-

ности на затраты, объем продаж и подобное. Однако общепринятых методов по идентификации особенностей проектов, связанных с качеством, пока не выработано, и они носят отраслевой индивидуальных характер.

Проиллюстрируем формирование стратегии совершенствования качества для гостиниц на основе экономических критериев. Допустим, перед гостиничным предприятием имеется альтернатива выбора своего статуса: «три звезды», «две звезды» или «без звёзд». В соответствии с классификатором для присвоения 3-х звезд среди прочего требуется наличие в гостинице системы кондиционирования и лифта. Для небольшой гостиницы в 50 номеров сумма инвестиций может достигнуть до 25 млн. рублей (т.к. в большинстве случаев система кондиционирования и установление лифтов невозможны без капитальной перестройки, а навесные кондиционеры недопустимы для исторического фасада здания). Проведение инвестиционных расчетов показывает отрицательный NPV, что является неприемлемым вложением для небольшой гостиницы.

В данном случае особенность стратегии качества в гостиничном бизнесе заключается в том, что гостиница, оказавшись перед фактом присвоения категории «две звезды», которая по логике является следующей после «трех звёзд», однако имеет недостаточно благоприятную имиджевую репутацию, возможно, будет реализовывать стратегию деятельности в области «без звезд» с дальнейшим улучшением качества в данном секторе путем создания атмосферы бутик-отеля тематической направленности, иных эксклюзивных предложений по созданию ценности и специфического, индивидуального имиджа предприятия, что будет требовать экономически оправданных инвестиций.

В заключение можно отметить, что совершенствование качества гостиничных предприятий необходимо проводить на экономической основе с соблюдением критериев эффективности, однако важно учитывать особенности, связанные с тем, что качество характеризуется значительными эффектами, лежащими вне стоимостных категорий и которые необходимо оценивать при выборе стратегии развития.

Список литературы

1. Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 11 июля 2014 года №1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями».

2. *Горбашко Е.А.* Управление качеством. М.: Юрайт, 2012.

3. *Леонова Т.И.* Экономическое управление в системах качества // Шестой Мировой конгресс Всеобщего управления качеством «Превосходство в бизнесе – что будет». 2001. 20–22 июля / *Д.С. Демиденко, Т.И. Леонова*. СПб: Изд-во Стокг. Школа экономики, 2001.

4. *Окрепилов В.В.* Экономика качества. СПб.: Наука, 2011.

УДК 336

Виноградов Леонид Викторович
Санкт Петербургский государственный
экономический университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КВАЛИМЕТРИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ

Аннотация. В статье дается критический анализ существующих методов квалиметрического анализа качества продукции и услуг и предлагается их развитие на основе использования многомерного векторного подхода учитывающего одновременно все параметры оцениваемого объекта. Данный подход позволяется находить параметры процесса обеспечивающие оптимальное качество продукции и услуг.

Ключевые слова: квалиметрия, вектор качества, оптимальное качество.

Vinogradov Leonid, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

QUALIMETRIC IMPROVEMENT OF METHODS FOR ASSESSMENT OF QUALITY PRODUCTS AND SERVICES

Abstract. This paper provides a critical analysis of existing methods qualimetric analysis of the quality of products and services offered and their development through the use of multidimensional vector approach takes into account simultaneously all the parameters evaluated object. This approach allows us to find the optimal parameters of the process to ensure quality products and services.

Keywords: qualimetry, vector quality, optimum quality.

Традиционно квалиметрическая оценка качества производится с применением принятых еще более 30 лет назад таких методов, как дифференциальный, комплексный и их комбинаций. Сущность этих методов заключается в том, что из множества разных по смыслу, характеру действия на качество и, наконец, по их физической сущности показателей, путем их простого сложения, строится один комплексный по которому и производится оценивание. Часть учитываемых показателей является результатам их ранжирования экспертами и на основании правил статистики объектов нечисловой природы (к которым относят в том числе и ранжировки) применение к ним арифметических действий является грубой математической ошибкой. Кроме этого, в результате сложения величин разной размерности получаем выражение, лишенное какого-либо реального смысла. Мало того, довольно часто возникает ситуация, когда рост численного значения показателя, снижающего качество (например, ремонтосложности оборудования), все равно приводит к росту итогового значения уровня качества.

В связи с тем, что количество параметров продукции измеряется десятками, а иногда и сотнями, то целесообразно итоговый критерий качества продук-

© Виноградов Л.В., 2017.

ции представить в виде вектора многомерного пространства, проекции которого на соответствующие координатные оси будут представлять частные скалярные значения итогового вектора по соответствующему направлению (показателю). Традиционные процедуры сворачивания многомерного вектора в скаляр посредством нахождения среднего арифметического скалярных проекций являются математически некорректными и могут приводить к существенным погрешностям.

Поэтому нами введено понятие итогового вектора уровня качества продукции (или просто вектора качества), которое может быть представлено как результирующий вектор по всем уровням качества единичных показателей:

$$\overrightarrow{Y^{к}}\left(Y_1^{к},Y_2^{к},..,Y_j^{к},....,Y_n^{к}\right);$$

где $Y_j^{к}$ – значение частного j-го уровня качества, найденное по отношению $Y_j^{к}=\frac{P_j^{оц}}{P_j^{баз}}$;

n – количество показателей (компонент) итогового вектора уровня качества.

Соответственно для алгебраических операций с ними должны применяться методы векторной алгебры.

Таким образом, итоговый вектор качества выпускаемой продукции $\overrightarrow{Y_i^{к}}$ (целевая функция моделирования технологического процесса) в момент времени t_i его реализации можно представить как:

$$\overrightarrow{Y_i^{к}}= \Phi\left(\overrightarrow{Z_i},\overrightarrow{V_i},\overrightarrow{U_i}\right);$$

где Ф – целевая (моделирующая) функция изготовления продукции заданного качества;

$\overrightarrow{Z_i}$ – вектор неуправляемых параметров технологического процесса в момент времени t_i:

$$\overrightarrow{Z_i}=Z\left(Z_{1i},Z_{2i},Z_{3i},...,Z_{mi}\right);$$

где m – количество неуправляемых параметров технологического процесса.

$\overrightarrow{V_i}$ – вектор управляемых параметров сырья:

$$\overrightarrow{V_i}=V\left(V_{1i},V_{2i},....,V_{si}\right);$$

где s – количество параметров, характеризующих вектор сырья.

$\overrightarrow{U_i}$ - вектор управляемых параметров технологического процесса:

$$\overrightarrow{U_i}=U\left(U_{1i},U_{2i},...,U_{di}\right);$$

где d – количество управляемых параметров технологического процесса.

Как показывает анализ большого количества технологических процессов современного непрерывного производства, значения большинства параметров отвечающих за качество продукции в значительной степени латентны, что является сигналом к использованию метода главных компонент, который позволяет в разы

снизить количество контролируемых переменных. Это связано с тем, что данные мониторинга из-за сильных корреляционных связей обладают информационной избыточностью, которая определяется корреляционной матрицей исходных переменных. Сжатие информации осуществляется путем ортогонального преобразования матрицы вектора качества в пространство обобщенных параметров меньшей размерности. Преобразование осуществляется таким образом, чтобы сохранялась большая часть суммарной дисперсии, объясняющая максимальную вариативность данных. В качестве обобщенного фазового пространства используют двух- или трехкомпонентные. При этом информативность об исследуемом технологическом процессе, согласно критериям Кайзера или «каменистой осыпи», позволяет сохранить до 85–95% основной информации.

С учетом вышеизложенного, для случая принятия статистического метода в качестве основного, для моделирования целевой функции бизнес-процесса процесса изготовления продукции, нами предложен алгоритм методики достижения оптимального качества продукции [1].

В нашем представлении оптимальное качество – это технически достижимый уровень качества продукции, максимально (на требуемом уровне) обеспечивающий интересы потребителя и конкурентоспособность продукции при наилучшей (установленной) экономической эффективности.

Возможны следующие задачи обеспечения оптимального качества:

1. Обеспечение максимального значения показателя достигаемого уровня качества при заданном значении экономической эффективности;

2. Достижение максимального значения экономической эффективности при заданном значении показателя уровня качества;

3. Достижение максимального значения экономической эффективности при наиболее возможном значении уровня качества.

С математической точки зрения имеем задачу нахождения экстремума целевой функции – критерия качества (построенной с помощью математического моделирования) от комплекса входных и управляющих параметров.

Решение этой, казалось бы, элементарной в век компьютерных технологий задачи сопряжено с целым рядом трудностей и ограничений, пренебрежение которыми приводит к ошибочным результатам.

В данной методике особо следует отметить многокритериальный подход к выбору окончательного решения. Успешное решение многокритериальных задач является неотъемлемым условием успешной деятельности не только управляющего, но и предприятия в целом. Актуальность состоит в том, что наличие эффективных методов принятия решений, основанных на использовании современных информационных технологий и на многокритериальности, является главным фактором при управлении сложными системами (такими, как предприятие). Эти обстоятельства привели к необходимости разработки методов и инструментария поддержки принятия решений, учитывающих факторы неопределенности, многокритериальности и субъективности.

Так как балльные ранжировки относят к объектам нечисловой природы, то, следовательно, они должны описываться с подходов репрезентативной теории измерений, базирующейся на принципах теории нечетких множеств. Так,

вычисление медианы Кемени (ранжировка, которая находится на наименьшем расстоянии от объективного мнения), наиболее достоверным образом позволит с помощью многокритериальной оценки (по всем критериям сразу) найти самый эффективный вариант альтернативы.

На большинстве предприятий уже принят и внедрен комплекс международных стандартов серии ISO 9001 и отдельные методы «Бережливого производства». Но эти действия при реализуемой там неэффективной технологии не приведут к существенному повышению качества выпускаемой продукции, и она будет неконкурентоспособна. Нужна технологическая оптимизация значений всей многопараметрической системы бизнес-процесса. А значит, необходимо внедрение новых более эффективных квалиметрических методов оценки качества продукции, услуг и процессов, основанных на применении многомерной оценки как параметров процесса, так и самого вектора качества. При этом работа, учитывая сложность проблемы, должна вестись в тесном сотрудничестве между менеджерами по управлению качеством, технологами, математиками и программистами. Причем последние для осуществления результативного взаимодействия должны обладать достаточным багажом знаний в области управления качеством.

Список литературы

1. *Виноградов Л.В.* и др. Экономико-математические методы управления качеством: Монография. СПб.: СПбГИЭУ, 2010. С. 300.

УДК 338.47

Головцова Ирина Геннадьевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
Довгенко Игорь Андреевич
Санкт-Петербургский государственный университет
аэрокосмического приборостроения

УПРАВЛЕНИЕ АУТСОРСИНГОМ В КОНТЕКСТЕ КАЧЕСТВА ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Аннотация. В статье анализируется необходимость инновационного подхода к выбору управленческих инструментов для адаптации предприятий сферы услуг к условиям нестабильности рынка. Рассматриваются организационные процессы, происходящие на рынке транспортно-логистических услуг, вводится понятие транспортно-логистического комплекса и предлагается использование аутсорсинга, как наиболее перспективного инструмента повышения качества услуг с точки зрения достижения высокого уровня конкурентоспособности.

Ключевые слова: транспортно-логистические услуги, повышение качества, аутсорсинг.

© Головцова И.Г., Довгенко И.А., 2017.

Golovtsova Irina, G.
Saint-Petersburg State University of Economics
Dovgenko Igor, A.
Saint-Petersburg State University of Aerospace Instrumentation

OUTSOURCING MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF QUALITY OF TRANSPORT AND LOGISTIC SERVICES

Abstract. The article analyzes the need for an innovative approach to the selection of management tools for the adaptation of service enterprises to the conditions of market instability. The organizational processes taking place in the market of transport and logistics services are considered, the concept of a transport and logistics complex is introduced and the use of outsourcing as the most promising tool for improving the quality of services from the point of view of achieving a high level of competitiveness is proposed.

Keywords: transport and logistics services, quality improvement, outsourcing.

В настоящий момент для достижения высокого уровня конкурентоспособности от любой организации требуется использование новых управленческих инструментов, обеспечивающих адаптацию хозяйствующего субъекта к условиям рыночной нестабильности за счет повышения эффективности функционирования управляемой системы и высокого качества товаров и услуг, обеспечивающих требуемые конкурентные преимущества.

На российском рынке транспортно-логистических услуг (ТЛУ) наблюдается усиление конкуренции, объясняющееся особенностями конкурентной среды и малоэффективностью организационных процессов, приводящих к высокому уровню логистических затрат на их производство и снижению качества ТЛУ. Данная ситуация усугубляется ростом геополитической напряженности, введением санкций в отношении России, продуктовым эмбарго, падением цен на нефть, девальвацией рубля, удорожанием финансовых ресурсов, снижением потребительского и инвестиционного спроса, а также тенденцией замедления темпов роста российской экономики в целом [1]. Вместе с тем на рынке ТЛУ наблюдается расширение структурных интеграционных процессов среди компаний данного сектора, образующих союзы, альянсы, комплексы и сетевые объединения на основе общих целей в транспортно-логистической цепочке. Аналогичные тенденции наблюдаются в ЕС, где формируется общеевропейская и евро-азиатская система товародвижения, что предусматривает развитие сетевых логистических комплексов регионального уровня.

Сетевая форма организации позволяет за счет функциональной кооперации, приводящей к существенному снижению общих затрат с одновременным повышением качества ТЛУ, повысить гибкость адаптации к условиям рынка и усилить конкурентные преимущества транспортно-логистической организации, поэтому на российском рынке ТЛУ данная тенденция привела к развитию транспортно-логистических комплексов (ТЛК), в которых объединены в единый производственный процесс несколько организаций данной отрасли.

Понимание термина «транспортно-логистический комплекс» вытекает из содержания Транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2030

года, утвержденной распоряжением правительства РФ № 1734-р от 22 ноября 2008 г. [2], где организации, предоставляющие ТЛУ, могут иметь форму логистических или мультимодальных парков и центров, терминально-складских комплексов, транспортно-логистических центров и комплексов.

Использование термина «транспортно-логистический комплекс» обусловлено наиболее полным отражением взаимопроникающей связи технологических и управленческих процессов ТЛК, как совокупности складских, технологических, офисных помещений, а также транспортно-логистической технологической базы, сконцентрированных в конкретном географическом регионе для предоставления ТЛУ.

На российском рынке ТЛК выступает основным действующим субъектом, предоставляющим комплексный пакет транспортно-логистического сервиса, что позволяет наиболее полно удовлетворять потребности клиентов, создавая конкурентные преимущества в данном секторе. Наряду с этим при функционировании ТЛК наблюдаются управленческие проблемы, связанные с обеспечением эффективного контроля над транспортно-логистической системой в целом по причине недостаточного уровня внедрения логистических информационных систем, малоэффективного кадрового и технологического потенциала, что отражается на качестве ТЛУ. Например, если в Москве и Санкт-Петербурге доля рынка логистических услуг достаточно высока и вполне может сравниваться со странами ЕС, так как в данных регионах внедряются современные логистические информационные системы в условиях качественных складских комплексов, имеющих эффективный технологический потенциал, то в удаленных регионах данные условия отсутствуют.

Вместе с тем анализ показывает, что потребности заинтересованных лиц в деятельности ТЛК постоянно изменяются, что определяет необходимость постоянного поиска новых источников для обеспечения высокого уровня конкурентоспособности ТЛК.

Примечательным фактом является тот момент, что при функционировании ТЛК характерно применение контрактной логистики, подразумевающей передачу транспортно-логистических операций на аутсорсинг. Доля подобных операций в общем объеме ТЛУ составляет 30%, что гораздо ниже, чем в других странах (в Китае – 49 %, в США и Евросоюзе – 79 %). Стоит отметить, что доля затрат на логистику в ВВП в среднем по миру составляет 10–11 % (в Евросоюзе и США – 7,9 и 8,6 %, в Японии – 7,9 %. В России – 21%. [1]

В научной литературе аутсорсинг понимается как делегирование полномочий стороннему подрядчику отдельных функций организации [3]. Также в ряде источников аутсорсинг трактуется как деятельность материального и нематериального характера, предполагающая принятие от клиента к выполнению части или всех операций (функций) на субподряд, осуществляемая на договорной основе, имеющая конечной целью повышение уровня создаваемой потребительской ценности как самим аутсорсером, так и клиентом. По сути, аутсорсинг – это специализированная деятельность, которая включает бизнес-процессы, способствующие повышению эффективности функционирования ор-

ганизации за счет концентрации всех усилий на основной деятельности и передачи непрофильных бизнес-процессов для выполнения сторонней, специализирующейся на данных бизнес-процессах организации, способной более эффективно решать поставленные перед ней экономические задачи. Можно определить аутсорсинг как закупку сервисов (продукции или услуг), таким образом, на аутсорсинг может быть передан абсолютно любой процесс или любая функция организации при условии целесообразности подобного действия. В этой связи процесс аутсорсинга выступает экономическим инструментом решения проблемы не только нехватки ресурсов, но и повышения степени удовлетворенности всех заинтересованных сторон транспортно-логистического процесса, что повышает качество ТЛУ. Поэтому стратегия аутсорсинга представляется наиболее перспективной с точки зрения достижения высокого уровня конкурентоспособности в контексте качества ТЛУ [4].

На основании этого встает проблема выбора стратегии аутсорсинга. Рассматривая возможности и преимущества аутсорсинга, следует оценивать и его недостатки. В частности, возможны риски потери контроля над переданными аутсорсеру функциями, риск снижения качества при недобросовестности аутсорсера, опасность утечки информации и появления зависимости от партнера, особенно если ему переданы важные функции.

Кроме того, к недостаткам аутсорсинга следует отнести также возможность сговора поставщика услуг (подрядчика) с контролирующим его сотрудником компании-заказчика (цены завышаются, а разница делится пополам), угроза отрыва руководящего звена от бизнес-практики, ограничение возможностей для обучения и роста своих специалистов, а также опасность банкротства аутсорсинговой компании (как и любая фирма, аутсорсинговая компания может обанкротиться, что приводит к возникновению дополнительных проблем по поиску другого партнера). Одновременно, перечисленные явления могут привести к снижению показателей качества сервиса и качества процессов управления. Более того с позиции управления качеством при различии в организации и реализации систем менеджмента качества данные проблемы обеспечения качества ТЛУ неуправляемы. Поэтому ТЛК, управляя процессами аутсорсинга, должен демонстрировать достаточность этого управления для гарантии соответствия требованиям ИСО 9001:20015 и требованиями СМК организации.

В Международных стандартах термин «аутсорсинг» упоминается в SO TC 176 SC 2 N 526 R «Guidance on the Terminology used in ISO 9001:2000 and ISO 9004:2000» и ISO TC 176 SC 2N 630 R2 «Guidance on «Outsourced Processes», где аутсорсинг связывается с передачей на сторону определенных процессов организации [5, 6].

Стандарт ISO 37500:2014 «Аутсорсинг» предназначен для, организаций, применяющих аутсорсинг, описывается эталонная модель аутсорсинговых отношений, включающая все аспекты партнерских отношений.

В ГОСТР ИСО 9001-2015, в п. 8.4 отражены вопросы управления процессами и услугами, которые поставляются поставщиками со стороны. В частности, именно привлекаемая со стороны организация должна обеспечивать соответствие

процессов и услуг, предоставляемых сторонними поставщиками, что применимо к нашему объекту исследования. ТЛК должен определить методы и средства управления аутсорсингом, на основании того, что предоставляемые аутсорсером услуги включаются в состав транспортно-логистического сервиса [7]. Это определяет проблему выбора аутсорсера с позиции управления качеством.

Для решения данной проблемы в зависимости от характера процесса аутсорсинга в контракт включаются требования, демонстрирующие процесс управления качеством: системы менеджмента требованиям стандарта качества, удовлетворяющей ГОСТР ИСО 9001-2015; сертификата на СМК, условия аудита.

Вместе с тем, согласно ГОСТР ИСО 9001-2015, при управлении аутсорсингом, необходимо сформулировать критерии приемлемости результатов переданной по аутсорсингу деятельности и проводить верификацию результатов в соответствии с требованиями стандарта, при этом полученный результат использовать при принятии решения о направлениях совершенствования процесса управления качеством ТЛК.

Согласно стандарту, если ответственность за качество продукции лежит на организации, то организация должна выставить требования о соответствии аутсорсингового процесса требованиям стандарта.

Для этого при выполнении работ аутсорсером необходимо проводить периодические проверки выполнения требований ИСО 9001:2015 и осуществлять верификацию полученных результатов. Также для обеспечения соответствия ИСО 9001:2015 необходима сертификация СМК аутсорсера.

С точки зрения управления при контроле реализации стратегии аутсорсинга с позиции качества следует разработать систему контроллинга, в которую необходимо включить не только показатели экономической эффективности, но и показатели качества услуг, предоставляемых аутсорсером: своевременность оказания аутсорсинговых услуг, соответствие объема аутсорсинговых услуг, удовлетворенность потребителей качеством обслуживания, экономичность предоставления аутсорсинговых услуг, а также маркетинговый эффект.

Список литературы

1. *Симонова Л.* Рынок логистических услуг в условиях экономической рецессии: прогноз на 2015-2017 // По результатам исследований РБК Research и Комитета по логистике ТПП РФ. URL: http://www.optimalog.ru/docs/103/optimalog_isimonovairbc.pdf.

2. Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года, №1734-р от 22 ноября 2008 г.

3. Аутсорсинг: история, методология, практика: Монография / *Курбанов А.Х., Плотников В.А.* М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016.

4. *Бондаренко В.А., Гузенко А.В., Гузенко Н.В.* Вопросы диверсификации логистических услуг на транспорте: акцент на удовлетворение потребителя // Концепт. 2014. №S17. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/voprosy-diversifikatsii-logisticheskih-uslug-na-transporte-aktsent-na-udovletvorenie-potrebitelya (дата обращения 06.08.2016).

5. SO/TC 176/SC 2/N 526 R «Guidance on the Terminology used in ISO 9001:2000 and ISO 9004:2000». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.inlac.org/documentos/N526R2-Guidance-on-the-Terminology-used-in-ISO-9001-and-ISO-9004.pdf (дата обращения 05.01.2017).

6. ISO TC 176 SC 2N 630 R2 «Guidance on «Outsourced Processes». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.imdrf.org/docs/ghtf/final/sg3/technical-docs/ghtf-sg3-n17-guidance-on-quality-management-system-081211.pdf (дата обращения 05.01.2017).
7. ГОСТР ИСО 9001-2015 Системы менеджмента качества. Стандартинформ, 2015.

УДК 378.4

Горбашко Елена Анатольевна
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены результаты применения Программы институциональной оценки Европейской ассоциации университетов, показаны возможности использования лучших европейских практик для развития обеспечения качества в российских вузах с позиций формирования современной системы стратегического управления качеством.

Ключевые слова: управление качеством, Программа институциональной оценки, Европейская ассоциация университетов, стратегическое управление, факторы успеха, конкурентные преимущества, внутренний аудит.

Gorbashko Elena, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

HIGHER EDUCATION QUALITY MANAGEMENT: MODERN TRENDS

Abstract. The paper examines the results of the application of the Institutional Evaluation Programme of the European Association of Universities, shows the possibilities of using the best European practices for the development of the quality assurance in Russian universities from the perspective of the modern system of strategic quality management formation.

Keywords: quality management, Institutional Evaluation Programme of the European Universities Association, strategic management, success factors, competitive advantages, internal audit.

В настоящее время обеспечение и управление качеством рассматривается как основное направление реформирования систем образования. Формирование современных подходов и тенденций развития обеспечения качества высшего образования в значительной мере связывается с Болонским процессом, который можно назвать самым крупным проектом реформирования систем образования в мире за последние двадцать лет.

Важнейшей вехой в развитии обеспечения качества образования в рамках Болонского процесса стало, безусловно, принятие Европейской ассоциацией обеспечения качества высшего образования (ENQA, European Association for Quality Assurance in Higher Education) Европейских стандартов и рекомендаций по обеспечению качества европейского высшего образования (The European Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area, ESG

© Горбашко Е.А., 2017.

ENQA), которые определили общие цели, задачи и подходы обеспечения качества как на уровне аккредитационных агентств, так и на уровне самих университетов. Стандарты ESG ENQA для обеспечения качества образования состоят из трех взаимосвязанных частей: внутреннее обеспечение качества; внешнее обеспечение качества; рекомендации для агентств по обеспечению качества. Так, внешнее обеспечение качества, описанное во второй части стандартов ESG, признает стандарты внутреннего обеспечения качества, описанные в первой части, обеспечивая согласованность внутренней работы, проделанной вузами, и процедур внешней оценки качества. Аналогичным образом третья часть стандартов соотносится со второй частью. В целом, стандарты описывают согласованную и принятую практику обеспечения качества в высшем образовании.

Внедрение ESG дало дополнительный импульс к развитию не только внешних систем обеспечения качества образования на уровне аккредитационных агентств, но и способствовало развитию внутренних систем управления качеством в самих университетах. В ESG (п. 2.1.) было отмечено, что «внешние процедуры оценки качества образования должны принимать во внимание эффективность функционирования внутренних процессов, обеспечивающих качество образования» [1].

Среди многочисленных методик и программ, обеспечивающих управление качеством высшего образования, особое положение занимает IEP (Institutional Evaluation Programme, Программа институциональной оценки), разработанная в 1994 году EUA (European Universities Association, Европейская ассоциация университетов), направленная на улучшение качества деятельности университетов в стратегической перспективе. IEP является независимой услугой EUA по оценке качества высшего образования, предполагает развитие и соблюдение автономии университетов и совершенствование качества управления. Миссией IEP является поддержка вузов в развитии их способности к изменениям на основе многокритериальной оценки функционирования деятельности вуза, с одной стороны, и факторов окружающей стороны, с другой. Процесс оценки IEP сфокусирован на изучении вопросов стратегического управления качеством, сильных и слабых сторон, конкурентных преимуществ, цепочки создания ценности посредством исследования института как целостной социально-экономической системы, развивающейся в контексте окружающей среды и обладающей уникальными целями и задачами. IEP следует методологии внутреннего аудита, определяемого как «внешнее рецензирование системы обеспечения качества, системы внутренней оценки, а также системы улучшения качества, которая в отличии от традиционной оценки не измеряет качество и, в отличии от аккредитации, не определяет степень соответствия института или программы пороговым критериям качества, а наоборот исследует процессы и методы, применяемые в университете для управления качеством» [2].

В 2002 году Дж. Нильсоном, Дж. Итаном и группой европейских исследователей было предложено создать банк лучших практик на основании отчётов IEP, в целях диссеминации положительного опыта управления качеством среди европейских университетов. В 2003 году руководящий комитет IEP принял решение о создании единого отчёта, освещающего наиболее часто анализи-

руемые проблемные зоны вузов, с 2009 года отчёты IEP публикуются на официальном сайте организации. Таким образом, программа IEP в настоящее время ориентирована не только на оказание услуг по улучшению качества функционирования определённых университетов, но и, главным образом, на обмен опытом и диффузию успешных инновационных решений и эффективных методик управления [3].

В основе методики проведения IEP лежат четыре основные вопроса:

- Что университет пытается сделать?

Каковы его миссия и ключевые цели? Почему выбраны именно эта миссия и цели, обоснован ли данный выбор?

- Как именно университет пытается это сделать?

Каковы процессы принятия решений? Достаточно ли они последовательны и прозрачны? Как происходит распределение ответственности и полномочий в университете? Соответствуют ли выбранные процессы, структуры, обязанности и критерии как определению действительных целей так и концептуализации и внедрению подходящих инструментов, как, например, образовательные и исследовательские программы?

- Как университет оценивает, что это работает?

Как именно устроена система обратной связи для обеспечения приближения к достижению целей и идентификации новых вызовов, требующих постановки новых целей и задач?

- Как университет изменяется в целях совершенствования?

Какова способность университета к изменениям, как в призме достижения настоящих целей, так и формирования новых целевых ориентиров? Является ли позиция университета активной или реактивной?

Процесс оценки состоит из следующих стадий:

- IEP создаёт команду для оценки деятельности каждого университета-участника.
- Университет проводит самооценку, результаты которой отражаются в отчёте. Данный отчёт отправляется команде IEP до ее визита в университет и служит первичным источником информации для IEP.
- Первый визит команды IEP является ознакомительным, способствует осознанию национальных и внутренних университетских возможностей и ограничений.
- Во время второго визита подтверждаются гипотезы, выдвинутые во время первого визита, углубляется знание по университету. Визит заканчивается презентацией устного доклада команды руководству и коллективу университета, а также внешним заинтересованным сторонам.
- Формируется отчёт по оценке университета, подчёркиваются лучшие практики и разрабатываются рекомендации. Отчёт публикуется на официальном сайте.
- Университету рекомендуется отправить отчёт об использовании и результатах применения рекомендаций в IEP в течении 1-3 лет с момента проведения оценки.

В табл. 1 показаны основные аспекты деятельности, наиболее часто упоминаемые в отчетах IEP.

Таблица 1

**Основные аспекты деятельности,
наиболее часто упоминаемые в отчетах IEP [3]**

Аспект деятельности	Количество университетов, отметивших данный аспект
Руководство и менеджмент	15
Финансирование	7
Стратегический менеджмент	19
Отношения с обществом	15
Исследования	18
Интернационализация	14
Обучение	16
Культура качества	14
Инфраструктура и ресурсы	12
Набор студентов	7

Особый интерес представляет исследование факторов успеха стратегического развития университета. Ниже для каждого аспекта деятельности вуза описаны факторы успеха, эффективные практики к которым наиболее часто апеллируют в отчётах IEP.

Среди наиболее часто упоминаемых успешных практик управления деятельностью вуза эксперты отмечают следующие: повышение степени интеграции подразделений вуза, унификация организационно-управленческой и методической деятельности факультетов и кафедр, усиление кооперации в целях продвижения междисциплинарных исследований, повышение эффективности функционирования административных служб. Значительное внимание уделяется управлению человеческими ресурсами: внедрение систем оплаты труда, основанных на эффективности труда работников; повышение заработных плат квалифицированных сотрудников; внедрение прозрачных процедур получения ученых степеней и званий; новый стиль управления ректора «быть ближе к преподавателям и студентам университета» и т.д. Не менее важное значение имеет лидерство. Лидерство способствует принятию перемен сообществами университета; обеспечивает согласованность принимаемых решений и действий, развивает чувство университетской солидарности; устраняет возможность для коррупции, главным образом через диссеминацию лучших практик, как, например, «кодекс этики».

Основные успешные практики в сфере финансирования связаны, главным образом, с диверсификацией источников финансовых ресурсов: поддержка финансирования частными лицами, финансирование исследовательской деятельности, поиск новых источников доходов, создание фондов за счёт развития дополнительного образования.

Стратегический менеджмент, а именно наличие конкретно сформулированной миссии и целей; культура качества и имидж; стратегия развития и план ее реализации, упоминаются практически во всех отчётах. Отмечались такие аспекты, как соответствие видения университета ожиданиям общества, позиционирование университета как лидера, вовлеченность академического сообщества и студентов в жизнедеятельность вуза, способность к изменениям, вовлеченность субъектов университета в постоянный процесс развития и совершенствования.

Университет должен быть частью города, региона, составным элементом единой социально-экономической системы. Среди конкретных практик укрепления взаимоотношений с обществом можно отметить следующие: обучение на протяжении всей жизни (LLL), программы дополнительного образования, совместные проекты прикладных научно-исследовательских работ, оказание консультационных услуг. Особое внимание заслуживают специальные подразделения, создаваемые для поддержания связи между выпускниками и работодателями «Бюро развития карьеры», «Бюро размещения студентов», «Комитет профориентации» и др.

Развитие научно-исследовательской деятельности отмечается почти всеми вузами как один из основных факторов успеха. «Абсолютный приоритет исследованиям», «высокий статус исследований», «особая значимость исследований в условиях турбулентности», «исследовательский университет» - данные цитаты характеризуют отношение к исследованиям в вузах. Среди отдельных аспектов развития исследований отмечались: рационализация исследований, разделение по специализированным институтам, тщательный отбор исследовательских проектов, увеличение исследовательского персонала, вовлечение преподавателей и студентов в научные исследования, финансирование исследований на основе прогнозируемой эффективности, продвижение междисциплинарных исследований.

Среди аспектов интернационализации образования можно назвать привлечение иностранных студентов, предоставление возможности студентам обучаться заграницей, участие университетов в международных организациях, проектах и сетях, развитие международной кооперации в образовании и исследованиях, создание специальных подразделений, ответственных за интернационализацию вуза.

Особый интерес представляет культура обеспечения качества: вовлеченность всего персонала в формирование качества функционирования вуза, создание специальных подразделений по управлению качеством и развитие систем управления качеством [4].

Проведенное исследование практики применения Программы институциональной оценки Европейской ассоциации университетов, показывает возможности использования лучших европейских практик для развития обеспечение качества в российских вузах, ориентированного не только на процедуры внешней оценки (главным образом, аккредитацию), а направленного прежде всего на формирование современной системы стратегического управления качеством.

Список литературы

1. European Association for Quality Assurance in Higher Education (ENQA), 2015, Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.enqa.eu/wp-content/uploads/2015/11/ESG_2015.pdf.

2. A twenty-year contribution to institutional change. EUA's institutional evaluation programme. European University Association, 2014. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.eua.be/Libraries/publications-homepage-list/20_years_of_IEP.

3. *Rosa M.J., Cardoso S., Dias D., Amaral A.,* 2011, The EUA Institutional Evaluation Programme: an account of institutional best practices, Quality in Higher Education, 17:3, 369-386.

4. *Sursock, A.,* 2011, Examining Quality Culture Part II: Processes and Tools – Participation, Ownership and Bureaucracy (Brussels, European University Association).

УДК 338.46

Гуляева Галина Григорьевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

МОНИТОРИНГ КАЧЕСТВА КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Аннотация. В статье анализируется текущее состояние и структурные условия малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге, оценивается качество конкурентной среды малого и среднего бизнеса в Санкт-Петербурге на основе данных проведенного опроса предпринимателей и экспертов.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, мониторинг, конкурентная среда, качество конкурентной среды.

Gulyaeva Galina, G.
Saint-Petersburg State University of Economics

MONITORING THE QUALITY OF THE COMPETITIVE ENVIRONMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN SAINT-PETERSBURG

Abstract. The article analyzes the current situation and the structural conditions of small and medium-sized businesses in St. Petersburg, evaluated the quality of the competitive environment of small and medium-sized businesses in St. Petersburg on the basis of the data of the survey of employers and experts.

Keywords: small and medium-sized businesses, the monitoring, the competitive environment, the quality of the competitive environment.

Сектор малого и среднего предпринимательства играет существенную роль в развитии любой территории, обеспечивая диверсификацию экономики, наполняя потребительский рынок необходимыми для населения товарами и услугами, обеспечивая занятость. Кроме того, гибкость и высокая приспосабливаемость, присущие малому и среднему бизнесу, способны снижать негативные последствия в результате неблагоприятной внешней экономической конъюнктуры. Именно эти качества малого и среднего бизнеса делают его ключевым игроком в процессе развития экономики страны.

По результатам анализа данных Федеральных службы государственной статистики РФ (Росстат) Санкт-Петербург является одним из передовых регио-

© Гуляева Г.Г., 2017.

нов страны по уровню развития сектора малого и среднего предпринимательства (табл. 1).

Таблица 1

Показатели развития сектора малого и среднего предпринимательства Санкт-Петербурга в сопоставлении с другими регионами РФ за 2015 год

[по данным Росстата]

№	Наименование показателя	Данные СПб в 2015 г.	Место СПб среди рассматриваемых регионов РФ	Регион-лидер по данному показателю	Данные региона-лидера в 2015 г.
1	Число малых предприятий, ед.	19 739	2	Москва	34 951
2	Число средних предприятий, ед.	562	2	Москва	667
3	Число ИП, человек	78 283	3	Москва	117 458
4	Число МСП (без ИП), ед./10 тыс. чел. населения	38,97	1	–	–
5	Средняя численность работников малых предприятий, чел.	362 142	2	Москва	771 612
6	Доля занятых на малых предприятиях относительно общего числа занятых в экономике	12,0%	1	–	–
7	Оборот малых предприятий (без микро), млрд руб.	1 172,10	2	Москва	4 097,28
8	Оборот средних предприятий, млрд руб.	275,75	2	Москва	344,99
9	Оборот продукции (услуг), производимой малыми предприятиями (в т.ч. микро и ИП), в действующих ценах, млрд руб.	1 734,73	2	Москва	6 029,32
10	Доля оборота малых предприятий (в т.ч. микро и ИП) в совокупном обороте предприятий региона	21%	4	Свердловская область	30,3%
11	Инвестиции в основной капитал малых предприятий (без микро), тыс. руб.	3 123 929	6	Республика Татарстан	9 893 702
12	Доля малых предприятий в объеме инвестиций в основной капитал региона,	0,7%	5	Калужская область	6,1%
13	Прирост оборота продукции и услуг в сопоставимых ценах, производимых малыми предприятиями, в т.ч. микро и ИП, по сравнению с предыдущим периодом	–9,7%	3	Белгородская область	–6,0%
14	Прирост количества субъектов МСП, осуществляющих деятельность на территории субъекта РФ, по сравнению с предыдущим периодом	+1,0%	2	Москва	+3,8%

В первом полугодии 2016 года на территории Санкт-Петербурга функционировало 315,2 тыс. субъектов малого и среднего бизнеса, включая 19,8 тыс. малых предприятий, 199,1 тыс. микропредприятий, 97,5 тыс. индивидуальных предпринимателей и 601 среднюю компанию. В период 2013–2016 годов наблюдается строгий положительный тренд по увеличению числа субъектов малого предпринимательства.

Важным показателем, характеризующим активность субъектов малого и среднего предпринимательства, помимо количества компаний и численности занятых является оборот предприятий. Оборот сектора малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге по итогам первого полугодия 2016 года составил 1447,9 млрд рублей, в том числе: 275,8 млрд рублей – средние предприятия, 1172,1 млрд рублей – малые предприятия (включая микропредприятия). В 2015 году прирост оборота малых предприятий был на 7,7% ниже, чем за аналогичный период 2014 года (табл. 2).

Таблица 2

Динамика основных показателей развития малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге

[по данным Росстата]

Название показателя	2013	2014	2015	I полугодие 2016
Число субъектов МСП, тыс.	289,1	296,5	298,7	315,2
Число МСП на 1 тыс. чел. населения, ед.	57	57,2	57,8	60,3
Среднесписочная численность работников на МСП, тыс. чел.	691,4	689,5	687,6	706,8
Оборот МСП, млрд руб.	2030,3	2178,7	2010,5	1447,9

В Санкт-Петербурге за последние годы заложены основы системы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства. Создана правовая база, специализированная инфраструктура содействия развитию малого и среднего бизнеса, разработан и осуществляется ряд государственных механизмов финансового, имущественного, информационного, обучающего и иного содействия в развитии субъектов предпринимательства. Осуществлен переход от отдельных мероприятий к программно-целевому методу поддержки малого и среднего предпринимательства.

Кроме того, в целях формирования и реализации конкурентной политики в регионах России внедряется Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации, разработанный Агентством стратегических инициатив по продвижению новых проектов. Фактически, Стандарт предлагает органам власти пошаговое руководство к действию и позволяет провести структурную реформу конкурентной политики на региональном уровне. В 2015 году все регионы приступили к его внедрению.

Необходимо отметить, что Санкт-Петербург в числе шести российских регионов в 2015 году внедрял на своей территории первую версию Стандарта развития конкуренции в пилотном режиме, до утверждения в конце 2015 года данного документа распоряжением Правительства Российской Федерации. По общим итогам рейтинга Санкт-Петербург занимает 45 место из 85 с итоговым значением оценки 20,13% (Москва – 42 место). По усредненному показателю рейтинга за 2015 год — «Количество реализованных составляющих Стандарта», в списке регионов Санкт-Петербург и Москва заняли 38 и 34 место соответственно.

В июне–августе 2016 года был проведен опрос руководителей малых и средних предприятий, участие, в котором приняли 8 тысяч респондентов, являющихся учредителями (собственниками) или руководителями субъектов малого и среднего предпринимательства Санкт-Петербурга. Доля принявших участие субъектов малого и среднего предпринимательства в общем числе субъектов предпринимательской деятельности Санкт-Петербурга на первое полугодие 2016 года, составила 2,54%. Доля предпринимателей Санкт-Петербурга, удовлетворенных качеством конкурентной среды, составляет 50,3% опрошенных. Как видно на рис. 1, на протяжении последних четырех лет индивидуальные предприниматели удовлетворены в большей степени, чем юридические лица. Кроме этого, высокий уровень удовлетворенности наблюдается в сфере обрабатывающего производства, недвижимости, транспорта и связи. У представителей строительных и торговых компаний удовлетворенность конкурентной средой ниже среднего уровня.

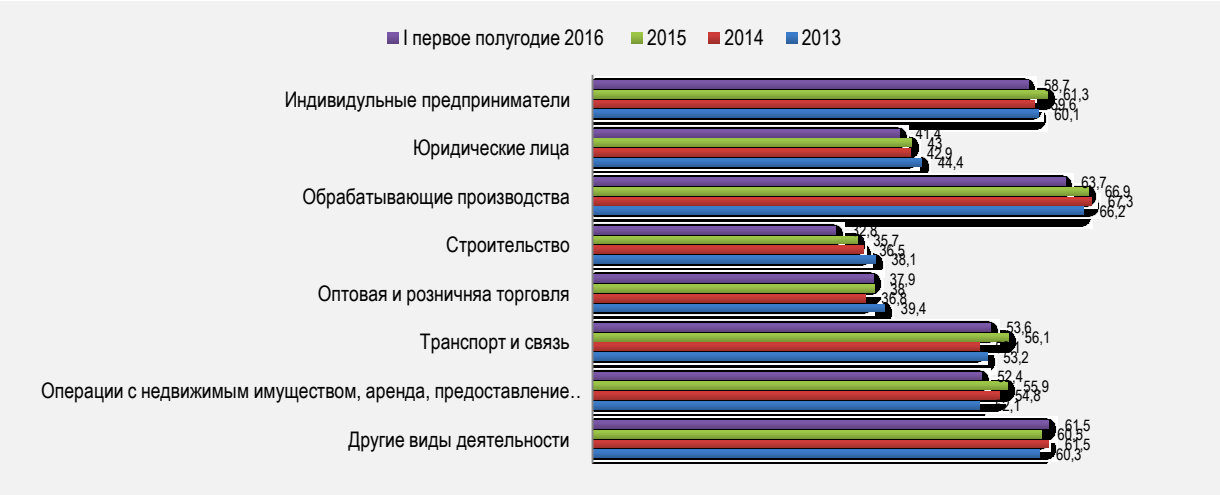


Рис. 1. Доля субъектов МСП, удовлетворенных качеством конкурентной среды, в динамике по годам в разрезе физических и юридических лиц, а также в отраслевом разрезе, %
[на основе данных опроса]

Чаще всего удовлетворенность равными возможностями для конкуренции хозяйствующих субъектов, отсутствием преференций, ценовых сговоров и других действий, ограничивающих конкуренцию, высказывали представители предпринимательства, осуществляющие деятельность менее 3 лет (рис. 2).

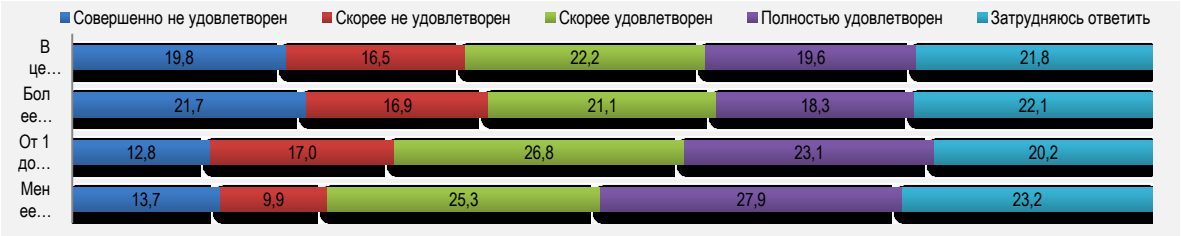


Рис. 2. Уровень удовлетворенности равными возможностями для конкуренции хозяйствующих субъектов, отсутствием преференций, ценовых сговоров и других действий, ограничивающих конкуренцию, % [на основе данных опроса]

Для сохранения рыночной позиции своего бизнеса предприниматели вынуждены реализовывать меры по повышению конкурентоспособности своей продукции. Частота таких мероприятий зависит от интенсивности конкуренции на рынке того или иного продукта. Более 45% респондентов вынуждены постоянно реализовывать такие меры по повышению конкурентоспособности. Только у менее 10% опрошенных нет в этом никакой необходимости (рис. 3).

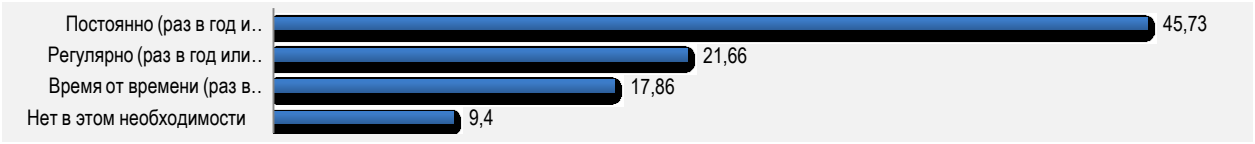


Рис. 3. Частота предпринимаемых мер по повышению конкурентоспособности продукции предприятия для сохранения рыночной позиции, % [на основе данных опроса]

Основными ограничивающими свободную конкуренцию барьерами, по мнению предпринимателей, являются компании-монополисты и высокая стоимость вхождения на рынок. Треть респондентов не сталкивались ни с одним из перечисленных препятствий.

Также, как видно на рис. 4, существенное влияние оказывают крупные игроки рынка и компании, имеющие устойчивые преимущества в отношении затрат. Так считают 17,5 % и 16,7% опрошенных соответственно. Помимо компаний, были отмечены такие барьеры, как ценовые сговоры и государственное регулирование.

Рис. 5 показывает, что большинством респондентов существенным препятствием вхождения на новый рынок отмечено высокие начальные издержки. Для компаний, существующих менее одно года, существенным препятствием выхода на рынок является насыщенность рынка. Более зрелые компании считают существенным препятствием выхода на новые рынки жесткое противодействие традиционных участников рынка. Отсутствие информации о новых рынках, привязанность поставщиков и потребителей, а также поддержка местных властей в меньшей степени отмечена всеми участниками опроса, как существенное препятствие выхода на рынок.

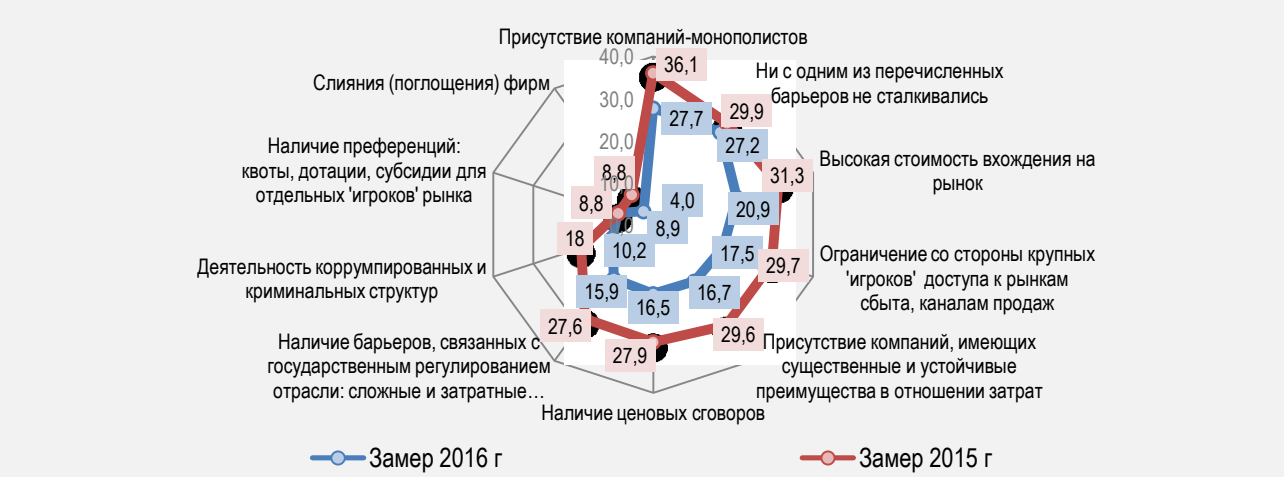


Рис. 4. Барьеры, ограничивающие свободную конкуренцию, по мнению респондентов в сравнении с прошлогодним замером, % [на основе данных опроса]

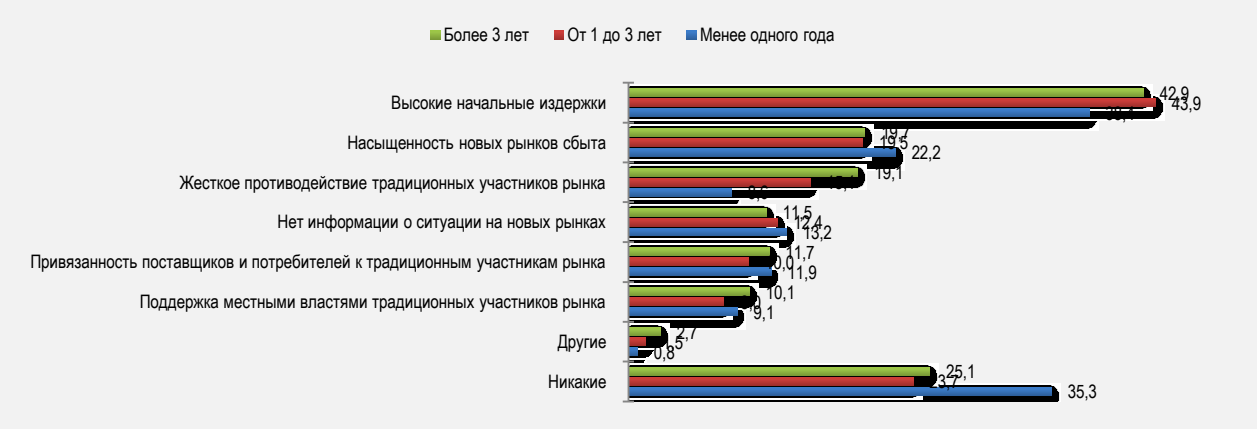


Рис. 5. Существенные препятствия выхода на новые рынки, по мнению респондентов, в разрезе периода осуществления деятельности, % [на основе данных опроса]

Таким образом, по результатам мониторинга можно сделать вывод о том, что уровень удовлетворенности качеством конкурентной среды на 2,6% больше, чем в прошлом году, и составляет 50,3%. Следует также отметить, что более половины респондентов удовлетворены качеством официальной информации о состоянии конкурентной среды на рынках товаров и услуг Санкт-Петербурга.

О возможности диверсификации рынка говорят 2/3 респондентов, при этом к выпуску новых продуктов и товаров, предоставлению новых услуг готовы, в первую, очередь представители сферы производства, операций с недвижимостью и сферы транспорта и связи. Стоит отметить, что представители данных отраслей дают более высокие оценки конкурентной среде Санкт-Петербурга, чем представители строительных и торговых компаний.

Качеством, уровнем цен и возможностью выбора удовлетворены более половины потребителей товаров и услуг. Больше всего удовлетворены возмож-

ностью выбора на таких рынках, как общественное питание, связь, розничная торговля и услуги в сфере культуры. Среди потребителей разного социального статуса в большей степени выразили довольство качеством товаров, работ и услуг и ценовой конкуренцией учащиеся, студенты.

Существенным препятствием вхождения на новый рынок являются высокие начальные издержки. Для компаний, существующих менее одно года, существенным препятствием выхода на рынок является насыщенность рынка. Более зрелые компании считают существенным препятствием выхода на новые рынки жесткое противодействие традиционных участников рынка.

Было отмечено сокращение влияния таких барьеров, как поглощение фирм и деятельность коррумпированных структур, ограничение со стороны крупных игроков и присутствие компаний, имеющих существенные преимущества.

Основными ограничивающими свободную конкуренцию барьерами являются компании-монополисты и высокая стоимость вхождения на рынок.

Более половины предпринимателей удовлетворены качеством услуг естественных монополий. Удовлетворенность услугами газоснабжения чуть ниже, чем по остальным услугам субъектов естественных монополий.

Реализация государственной политики по поддержке и развитию малых и средних предприятий в Санкт-Петербурге связана с положительной динамикой числа предприятий, сокращением административных барьеров, однако попрежнему сохраняется ряд проблем, в том числе наблюдаемых на социально-значимых и приоритетных рынках. В частности, особенно концентрированными рынками с недостаточным уровнем развития конкуренции являются рынок дошкольного образования, рынок услуг детского отдыха и оздоровления, рынок розничной торговли, рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 05.09.2015 № 1738-р «Об утверждении Стандарта развития конкуренции».

2. Распоряжение Правительства Санкт-Петербурга от 20.03.2015 № 16-рп «Об утверждении Плана мероприятий по внедрению Стандарта развития конкуренции в Санкт-Петербурге в 2015 году».

3. Мониторинг малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге. СПб.: Аналитический центр Эксперт, 2016.

4. Официальный сайт Правительства Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gov.spb.ru/ (дата обращения 01.02.2017 г.).

5. Официальный сайт Федеральной служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/ (дата обращения 01.02.2017 г.).

УДК 69.003:65.014

Ермолаев Евгений Евгеньевич
Ушанова Наталья Анатольевна
Самарский государственный технический университет

НЕПРЕРЫВНОЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА КАК ФАКТОР УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. С развитием рыночной экономики, ужесточением конкурентной борьбы, повышением требований потребителей к качеству продукции, наиболее актуальной для предприятий становится задача эффективного управления качеством. В статье рассмотрены основы системы менеджмента качества, методы и инструменты её постоянного улучшения. Проведен анализ внутренних стандартов строительных организаций, который показал, что фактическая деятельность в рамках процедуры управления несоответствующей продукцией отличается от регламентированной. С целью совершенствования СМК были разработаны рекомендации по внедрению программного продукта в процедуру управления несоответствующей продукцией. Предложено проводить анализ несоответствий на основе систематизации, используя такие инструменты, как диаграммы Парето и Исикавы, с целью определения областей деятельности, вызывающих 80% всех несоответствий и определения наиболее существенных причин их возникновения.

Ключевые слова: система менеджмента качества, постоянное улучшение, управление несоответствующей продукцией, процессный подход, корректирующие и предупреждающие действия.

ErmolaevEvgeney, E.
Ushanova Natalia, A.
Samara State Technical University

CONTINUOUS IMPROVEMENT OF THE QUALITY MANAGEMENT SYSTEM AS FACTOR OF SUCCESSFUL DEVELOPMENT OF A CONSTRUCTION ORGANIZATION

Abstract. The issue of effective quality management becomes the most urgent for the enterprises due to the development of market economy, tightening of competitive struggle, and increase in consumer requirements to product quality. The article deals with the basics of quality management system, methods and instruments of its continuous improvement. The analysis of internal standards of construction organizations showed that the actual activities within the procedure of management of inappropriate products differ from the regularized one. Recommendations on implementation of the software product in the procedure of management of inappropriate products were developed in order to improve the quality management system. The authors offer to carry out the analysis of discrepancies on the basis of systematization, using such tools as Pareto and Ishikawa's charts, for the purpose of determination of the spheres of activity causing 80% of all discrepancies and eliminating the most essential reasons of their origin.

Keywords: quality management system, continuous improvement, management of inappropriate products, process approach that correct and prevent actions.

© Ермолаев Е.Е., Ушанова Н.А., 2017.

В современных условиях насыщенного рынка и жёсткой конкуренции особое внимание уделяется проблемам качества. Сегодня именно качество продукции является важнейшим фактором успеха предприятия, как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Повышение качества выпускаемой продукции расценивается в настоящее время как решающее условие конкурентоспособности организации. В связи с этим, широкое распространение получили системы менеджмента качества, которые призваны обеспечить комплексный, затрагивающий все аспекты подход к проблемам качества.

В рыночной экономике внешняя среда организации изменяется постоянно и для того, чтобы компания динамично развивалась, реагировала на изменения рынка и требований заказчика, следует проводить мониторинг, измерения, анализ системы менеджмента качества с целью выявления и повышения её результативности, а также определения областей, в которых возможно или требуется улучшение. Принцип постоянного улучшения определяет необходимость постоянного развития организации и даёт следующие преимущества: увеличение возможностей организации, выстраивание в единую стратегию всех действий по улучшению на всех уровнях организации, возможность быстрого реагирования на изменения во внешнем окружении предприятия [3].

Как показывает практика, улучшение необходимо рассматривать как составляющую системы управления, устанавливать пределы, верхние границы улучшений недопустимо. Учитывая состояние современной экономики и особенности рынка, организации для выживания необходимо не только внедрить систему менеджмента качества, но и предпринимать действия по её улучшению. Предприятию следует проводить сбор и изучение данных о СМК и результатах её деятельности, определять области возможных улучшений и способы улучшений. Поиск областей и возможностей должен происходить на уровне всего предприятия. Однако не стоит превращать данный принцип в самоцель и осуществлять непрерывное улучшение всех процессов. Поскольку процессы в любой организации тесно связаны друг с другом и оказывают друг на друга взаимное влияние, совсем не обязательно, что улучшение всех отдельных процессов повлечёт за собой повышение эффективности системы менеджмента качества. Принятие решения о необходимости изменения процесса для осуществления постоянного улучшения должно сопровождаться тщательным анализом и учётом влияния на СМК и иные отдельные процессы [8]. Область улучшения должна определяться результатами оценки удовлетворенности потребителя, мониторинга и измерения показателей деятельности организации, процессов.

Качество строительства и строительной продукции напрямую связано с вопросами надёжности и безопасности, поэтому для обеспечения соответствия строящихся объектов и их элементов нормативным требованиям, постоянности их свойств, своевременного выявления дефектов и принятия оперативных мер по их устранению необходим постоянный контроль в процессе всего строительства или производства. Результаты контроля должны использоваться для анализа и разработки корректирующих и предупреждающих воздействий.

При проведении корректирующих и предупреждающих действий может возникнуть следующая проблема. Мелкие несоответствия могут возникать с ус-

тойчивой периодичностью, причиной их появления являются случайные факторы, такие несоответствия можно сравнить с погрешностями. Реагировать на каждое из этих отклонений неправильно, это может даже повредить, поскольку есть возможность перерегулировать процесс в ненужную сторону, что сделает его неустойчивым к контролю, к тому же это влечёт существенные материальные затраты. За подобным несоответствием следует наблюдать, анализировать, вырабатывать меры по устранению, но не претворять их в жизнь. Если несоответствие будет расти, выйдет за установленные границы, выяснится, что оно является систематическим, а не случайным, заранее выработанные меры позволят оперативно исправить ситуацию. Таким образом, проведение предупреждающих и корректирующих воздействий является важнейшей деятельностью, направленной на повышение эффективности СМК и деятельности предприятия в целом.

Итак, современная организация должна совершенствовать свою деятельность, чтобы повышать качество своей продукции (работ, услуг) и обеспечивать динамичное развитие. На это и нацелен принцип постоянного улучшения. Одним из направлений деятельности по улучшению может являться совершенствование процедуры управления несоответствующей продукцией. Для этого необходимо проводить контроль продукции, материалов, работ, средств и инструментов, а полученные данные, чтобы они действительно оказались полезными, необходимо тщательно анализировать. На их основе тщательно продумывать, разрабатывать и внедрять корректирующие и предупреждающие воздействия, а также документировать данные процедуры [5].

Для этого в СМК строительной организации должно быть предусмотрено следующее:

1) Результаты контроля (входного, операционного и др.) необходимо использовать для выявления и устранения причин обнаруженных несоответствий.

2) Руководители работ должны проводить анализ данных об отклонениях, дефектах, обнаруженных на строительном объекте и вырабатывать мероприятия с их последующим внедрением для предупреждения возникновения подобных несоответствий на других объектах.

3) Служба контроля качества собирает и обрабатывает следующую информацию: результаты контроля качества, предложения по предупреждению, устранению несоответствий, повышению качества конкретных работ и улучшению элементов СМК. Затем передаёт данные руководству для рассмотрения и принятия решений, а также контролирует реализацию и функционирования принятых мероприятий по предупреждению несоответствий или совершенствованию СМК.

Диаграмма Парето является первым шагом по анализу несоответствий, затем, например, с помощью диаграммы Исикавы на основе описания несоответствий, необходимо выявить причины возникающих несоответствий, адекватно распределять усилия по их устранению, а также вырабатывать корректирующие и предупреждающие мероприятия.

Ключевая причина такого подхода к несоответствиям – отсутствие должной систематизации несоответствий, поскольку систематизация является основой для изучения несоответствий и выявления причин их вызывающих.

Изучение деятельности строительных организаций показало, что в большинстве из них не проводится анализ обнаруженных несоответствий и, соответственно, не вырабатываются предупреждающие и корректирующие действия. По мнению авторов, главная причина кроется в отсутствии должной, качественной систематизации и классификации несоответствий, которая и является основой изучения дефектов и отклонений. Как выяснилось, систематизация документов, содержащих информацию о несоответствиях, присутствует, однако она достаточно примитивна и не подразумевает использование специализированных компьютерных средств и программ, тем самым только затрудняя доступ к информации и анализу несоответствий [2].

Существует множество программ для систематизации, классификации и создания баз данных. Одной из наиболее оптимальных, на наш взгляд, является «Архив документов», так как является наилучшим сочетанием простоты и функциональности. Его установка, внедрение и использование не требует знаний программирования, программа также обладает достаточно удобным пользовательским интерфейсом, что позволит все сотрудникам использовать программу и её возможности в полном объёме.

После проведения анализа обнаруженных несоответствий и выявления причин, вызвавших данные несоответствия, с помощью программного продукта необходимо разработать корректирующие и предупреждающие действия для устранения причин выявленных несоответствий и предупреждающие действия для устранения причин потенциально возможных несоответствия.

Выработанные корректирующие и предупреждающие действия отражены в табл. 1.

Таким образом, внедрение программного продукта в процедуру управления несоответствующей продукцией даст возможность необходимым образом систематизировать и классифицировать обнаруженные несоответствия.

Анализ позволит классифицировать несоответствия по виду, определить наиболее часто встречающиеся несоответствия, их количество, выявить причины отклонений. Разработка и внедрение корректирующих и предупреждающих действий позволит повысить качество работ, сократить число несоответствий, следовательно, уменьшить временные и трудовые затраты на их устранение, а также совершенствовать элементы СМК в дальнейшем.

Таблица 1

Корректирующие и предупреждающие действия

Тип несоответствия	Корректирующие действия	Предупреждающие действия
Документация	1) Назначить ответственное лицо, в должностные обязанности которого напрямую будет входить обеспечение надлежащего хранения документации на строительном объекте 2) Довести до сведения всех работников правила хранения документации с помощью обучения	1) Провести обучение, направленное на искоренение формального, ненадлежащего отношения к документации, её хранению и использованию 2) Обеспечить своевременную разработку, оформление, согласование и утверждение документации, а так же поставку документации на строительные объекты в кратчайшие сроки
ТБ и ОТ	1) Регулярно проводить инструктажи по ТБ перед началом работ 2) Не допускать формального подхода к аттестации и инструктажам 3) Обеспечить надлежащий постоянный контроль соблюдения ТБ путём ведения журнала контроля деятельности инженера по ТБ со стороны главного инженера 4) Обеспечить строительные площадки средствами пожаротушения, защитными колпаками для газовых баллонов, сигнально-предупредительными лентами, конструкциями для ограждения и другими материалами в необходимом количестве	1) Предупреждением о возможной остановке СМР устанавливать кратчайшие сроки устранения нарушений ТБ 2) Ввести систему мотивации труда за соблюдение правил ТБ при выполнении работ и штрафные санкции за несоответствия
Хранение/ Складирование	1) Обеспечить строительные объекты необходимым количеством прорезиненной ткани, заглушками, обручами для установки заглушек, сигнальной лентой и другими материалами, необходимыми для соблюдения требований к хранению 2) Проводить регулярные проверки погрузо-разгрузочных машин и механизмов на предмет проверки их технического состояния, степени износа и необходимости ремонта	1) Довести до сведения всех работников требования к хранению и складированию материалов путём обучения на рабочем месте 2) Ввести систему мотивации труда за соблюдение требований, предъявляемых к хранению материалов с первого раза и штрафные санкции за несоответствия

Список литературы

1. *Горбашко Е.А.* Управление качеством. 2-е изд., испр. и доп.: Учебник для бакалавров. М.: Юрайт, 2014.

2. *Ермолаев Е.Е., Ушанова Н.А.* Оценка эффективности управления качеством инновационных проектов жилищно-коммунального хозяйства // Инновации и инвестиции. 2014. № 12. С. 236–238.

3. *Зекунов А.Г., Иванов В.Н., Мишин В.М., Пазюк Ю.В., Власова Т.И.* Управление качеством: Учебник для бакалавров / *А.Г. Зекунов* [и др.]. М.: Юрайт, 2013. С. 148–152.

4. *Казаков Д.А.* Строительный контроль: Учеб.-практ. пособие для инж.-строит. работника. Рн/Д.: Феникс, 2012.

5. *Клочков Ю.С.* Применение метода постоянного улучшения на основе цикла PDCA // Известия Самарского науч. центра Рос. акад. наук. 2010. №4(4).

6. *Князькина Е.В., Франчук Д.О.* К вопросу о формировании факторов повышения качества продукции // Традиции и инновации в строительстве и архитектуре. Социально-гуманитарные и экономические науки: Сб. статей [Электронный ресурс] / Под ред. *М.И. Бальзанникова, К.С. Галицкова, А.А.Шестакова*; СГАСУ. – Электронные текстовые и графические данные (4,86 Мбайт). – Самара, 2015. С. 443-445.

7. *Мазаник Н.Т.* Система менеджмента качества строительных организаций / Н.Т. Мазаник, Б.М.Басин. Хабаровск: ТОГУ, 2010. С. 11–12.

8. *Разумов В.А.* Управление качеством: Учеб. пособие / В.А. Разумов. М.: ИНФРА-М, 2013.

9. *Черников Б.В.* Управление качеством программного обеспечения: Учебник / *Б.В. Черников*. М.: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2012.

УДК 338

Краснова Ольга Николаевна
Университет «Нархоз»
г. Алматы, Казахстан

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ КАЧЕСТВА В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация. Цель статьи заключается в анализе современного состояния и перспектив развития инфраструктуры качества в Казахстане. Раскрывается содержание понятия «инфраструктура качества», дается характеристика ее основных компонентов. Определены основные препятствия для развития инфраструктуры качества. Особую значимость в этой связи приобретает расширение взаимодействия национальных органов по предотвращению нарушений недобросовестных структур, работающих в этой сфере. Обосновывается мысль о том, что ускоренное развитие инфраструктуры качества является необходимым условием экономического роста.

Ключевые слова: качество, инфраструктура качества, стандартизация, подтверждение соответствия, аккредитация.

Krasnova Olga, N.
University«Narhoz»
Almaty, Kazakhstan

PROBLEMS OF IMPROVEMENT OF QUALITY INFRASTRUCTURE IN KAZAKHSTAN

Abstract. The purpose of this article is to analyze the current state and prospects of development of quality infrastructure in Kazakhstan. The composition and structure of the infrastructure of food products quality were defined. The basic obstacles to its development in Kazakhstan were

© Краснова О.Н., 2017.

identified. Of particular importance in this context, increasing cooperation between national authorities to prevent violations of unfair structures working in this field. Substantiates the idea that the rapid development of quality infrastructure is a necessary condition for economic growth.

Keywords: quality, quality infrastructure, standardization, conformity assessment, accreditation.

> «Не думайте о том, как опередить конкурентов. Думайте о качестве, о том, как сделать еще и еще шаг к потребителю»
>
> *Э. Деминг*

В современных экономических условиях никого уже не нужно убеждать в том, что качество продукции и услуг, качество процессов управления являются главными факторами повышения конкурентоспособности и, соответственно, успеха на рынке, увеличения прибыли и развития отдельного предприятия и экономического роста государства в целом. Качество – это результат интеграции и согласования комплекса действий в нескольких взаимосвязанных областях: стандартизация, метрология, испытания, аккредитация и подтверждение соответствия. Обязательным условием достижения и поддержания необходимого уровня качества является полноценное функционирование адекватной инфраструктуры качества.

Понятие инфраструктура (от латинского infra – «под», «ниже» и structura – «расположение», «строение») трактуется исследователями очень многозначно. В самом общем понимании, инфраструктура - это термин, служащий для обозначения комплекса связанных между собой обслуживающих объектов, отраслей или структур, обеспечивающих и/или составляющих основу функционирования определенной системы в целом. Инфраструктура обеспечивает эффективную работу экономики и предоставление различных услуг населению.

Современный экономический кризис обострил проблемы развития инфраструктуры и ее роли в обеспечении долгосрочного устойчивого экономического роста. Многие развитые страны, в том числе США, страны Европейского Союза, Китай и другие Азиатские страны активно осуществляют программы развития и модернизации инфраструктуры, поскольку инвестиции в инфраструктуру являются одним из наиболее эффективных драйверов обеспечения экономического роста. Именно инфраструктурные инвестиции являются важнейшим инструментом создания условий для экономического развития и новых рабочих мест, повышения производительности других факторов производства, таких как капитал и рабочая сила. Кроме этого, инвестиции в инфраструктуру производят значительный мультипликационный эффект. Согласно широко признанным расчетам Марка Занди – главного экономиста компании Moody’s Economy, каждый доллар, потраченный на инфраструктурные проекты, вызывает мультипликационный эффект в размере 1,59 долларов[1. С. 29].

Новая экономическая политика– «Нұрлыжол – Путь в будущее» станет новым экономическим курсом развития Казахстана на ближайшую перспективу. Стержнем новой экономической политики является план инфраструктурно-

го развития. Он рассчитан на 5 лет и предполагает участие в нем 100 зарубежных компаний. Общий инвестиционный портфель составляет 6 трлн. тенге (32,3 млрд. долл.), доля государства – 15%. Как указывается, средства будут направлены на развитие транспортно-логистической, индустриальной, энергетической инфраструктуры, модернизацию инфраструктуры ЖКХ и сетей водо- и теплоснабжения, укрепление жилищной и развитие социальной инфраструктуры, поддержку малого и среднего бизнеса и деловой активности [2].

Одной из важных составляющих программы является обеспечение качества продукции через развитие соответствующей инфраструктуры. Реформирование ныне действующей системы технического регулирования в стране базируется на Европейском подходе и предусматривает создание двухуровневой инфраструктуры качества и безопасности.

Первый уровень – это инфраструктура безопасности. Безопасность товаров, услуг, процессов, устранение торговых барьеров и защита окружающей среды является основным приоритетом государственной политики в сфере технического регулирования.

Второй уровень – это инфраструктура качества. Под инфраструктурой качества, по нашему мнению, следует понимать совокупность организаций и учреждений, а также информационных систем, обеспечивающих подтверждение соответствия товаров, услуг и процессов требованиям нормативных документов, в первую очередь, национальных стандартов.

Основными компонентами инфраструктуры качества являются система стандартизации, органы обеспечения единства измерений, органы по подтверждению соответствия, калибровочные и испытательные лаборатории (центры), аккредитационные центры, общества защиты прав потребителей, системы быстрого оповещения об опасной продукции (услугах), органы государственного контроля и регулирования качества и др.Причем все компоненты должны быть взаимосвязанными и функционировать как единый живой организм, постоянно совершенствующийся и обновляемый.

Основная цель инфраструктуры качества – обеспечение конкурентоспособности казахстанских товаров и услуг, а также обеспечение трансфера технологий. Инфраструктура качества и инфраструктура безопасности не могут функционировать по отдельности, они поддерживают друг друга, а некоторые компоненты, такие как испытательные лаборатории (центры), органы метрологического обеспечения, аккредитационные центры работают на всю систему.

Создание Евразийского экономического союза (ЕАЭС) как логического продолжения предыдущих форм интеграционных объединений (Евразийское экономическое сообщество, Таможенный союз, Единое экономическое пространство) предопределило необходимость функционирования единой для стран – участниц инфраструктуры качества и безопасности. Ее деятельность направлена на решение следующих задач: разработка, согласование, утверждение единых технических регламентов, введение их в действие и работа по практическому применению; сближение систем аккредитации в области оценки соответствия в странах ЕАЭС

В соответствии с Соглашением о единых принципах и правилах технического регулирования на территории стран-участниц ЕАЭС, работы по оценке соответствия продукции требованиям технических регламентов ЕАЭС осуществляют аккредитованные органы по сертификации и испытательные лаборатории (центры), включенные в Единый реестр органов по сертификации и испытательных лабораторий (центров. Ведется Единый реестр выданных сертификатов соответствия и деклараций о соответствии, применяются единые формы сертификата соответствия и декларации о соответствии [3].

В настоящее время в Республике Казахстан отсутствуют испытательные лаборатории, которые в полном объеме могут охватить весь перечень пожарно-технической продукции, средств индивидуальной защиты органов дыхания и кожи, коллективной защиты, приборов радиационной и химической разведки, дозиметрического контроля и другого имущества гражданской обороны. Также отсутствуют лабораторно-испытательные установки по определению пожароопасных свойств строительных материалов (предел огнестойкости, класс пожарной опасности), что не позволяет использовать в строительстве современные строительные материалы.

Развитие инфраструктуры качества в Казахстане должно быть направлено, в первую очередь, на решение следующих проблем:

- повышение конкурентоспособности продукции на внешнем и внутреннем рынках, развитие экспорта и повышение объемов производства;
- улучшение производительности, эффективности, снижение энергоемкости работы промышленного комплекса республики, улучшение потребительских свойств всех видов продукции;
- ускоренная разработка национальных стандартов (их сейчас 5725), дальнейшая гармонизация национальных стандартов с международными документами и подходами Европейского союза. Уровень гармонизации национальных стандартов с международными требованиями составляет 73%;
- совершенствование деятельности технических комитетов. В Казахстане на сегодняшний день зарегистрировано 59 национальных технических комитетов по стандартизации;
- переход к европейской модели надзора за рынком.

Основными направлениями совершенствования инфраструктуры качества являются следующие:

- расширение и модернизация государственных испытательных лабораторий, государственная поддержка развития частных испытательных лабораторий (лизинг, гранты);
- международное признание национальной системы аккредитации;
- повышение ответственности субъектов аккредитации;
- взаимодействие с ассоциацией органов по оценке соответствия;
- повышение квалификации экспертов-аудиторов, специалистов испытательных, поверочных и калибровочных лабораторий;

- гармонизация метрологических правил и процедур, признание калибровочных и измерительных возможностей Казахстана на международном уровне;
- разработка механизма признания сертификатов соответствия государств - не членов ЕАЭС.

Инфраструктура качества занимает одну из ведущих позиций в процессе вхождения товаров на рынок, пересечения границ, взаимного признания результатов испытаний, подтверждения соответствия между разными системами технического регулирования. Именно поэтому успешное развитие инфраструктуры качества является залогом экономического роста.

Список литературы

1. *Кондратьев В.Б.* Инфраструктура как фактор экономического роста // Российское предпринимательство. 2014. №11. С. 29–36.

2. Официальный сайт Комитета по техническому регулированию и метрологии МИТ РК — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.memst.kz/. (дата обращения 01.02.2017 г.).

3. Официальный сайт Евразийской экономической комиссии [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.eurasiancommission.org/ (дата обращения 01.02.2017 г.).

УДК 338

Куганов Виктор Германович
Ивашкин Георгий Андреевич
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ НА МАЛОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. Рассмотрены некоторые аспекты организации и управления на малых предприятиях в современных условиях, применения и значимости TQM.

Ключевые слова: малые предприятия, управление, качество, принципы TQM, эффективность деятельности.

Kuganov Viktor, G.
Ivashkin Georgii, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

SOME ASPECTS OF ORGANIZATION AND MANAGEMENT IN SMALL ENTERPRISE

Abstract. Some aspects of organization and management in small enterprises in modern conditions, the use and significance of TQM were discussed.

Keywords: principles of TQM, small enterprises, management, quality, efficiency of activity.

© Куганов В.Г., Ивашкин Г.А., 2017.

В современных условиях применения экономических санкций против России со стороны западноевропейских государств, нашей стране предоставляется возможность развивать собственное производство и выводить его на качественно новый уровень, чтобы возрастала возможность удовлетворять не только потребности страны, но и конкурировать с мировыми производителями. Введение Россией эмбарго на некоторые товары, поставляемые из зарубежных стран, является не только ответом на применение санкций, но и в большей степени важным шагом для развития и поддержания отечественного производителя. Тем самым увеличивается конкуренция на российском рынке, в условиях которой смогут выжить только компании имеющие такое преимущество, как высокое качество менеджмента [5]. Поэтому внедрение системы управления качеством на основе принципов TQM становится всё более актуальным.

Наиболее незащищенным в этих условиях является малый бизнес, но при этом именно он имеет некоторые преимущества, в частности гибкость управления, системный подход и т.д. Очевидно, что бизнес – это инициативная деятельность предпринимателя, занятие, коммерция, торговля, производство, услуги в условиях рынка и рыночных отношений, которая приносит доход или другие выгоды.

Одной из самых первых и наиболее распространенных форм малого бизнеса по праву может считаться такая форма как семейный бизнес. В любой стране и во все времена развития человеческой цивилизации, подобные формы закладывались в основу экономического становления развития крупных компаний и корпораций, а порой и целых стран. Особенностью российского семейного бизнеса является его молодость, неопытность и зачастую неумелость вести дела, недостаток управленческих навыков и капитала для развития. Вторая особенность отечественного семейного бизнеса состоит в его сосредоточенности на торговле и сфере оказания услуг.

Одним из преимуществ такого вида малого бизнеса является то, что семейные ценности, которые являются наивысшим проявлением положительных качеств индивида в любой культуре, перекладываются на деятельность предприятия. Компании – приверженцы семейного бизнеса довольно быстры и оперативны, что очень важно в среде малого и среднего бизнеса, так как в нем скорость изменения условий среды огромная.

Семейный бизнес в основном сосредоточен в сегменте малого и среднего предпринимательства и играет существенную роль в устойчивом развитии Государства, экономики и общества в целом, повышая благосостояние населения, снижая безработицу, повышая гибкость и адаптивность экономики к внешним и внутренним вызовам, формируя основу ее стабильности, самодостаточности и роста [2].

В свою очередь развитие именно сферы малого бизнеса – это важнейший фактор диверсификации экономики и импортозамещения, то есть курса, взятого Правительством в последнее время для стабилизации экономики страны.

Именно такие предприятия составляют основную долю компаний легкой и пищевой промышленности, сельского хозяйства, сферы услуг, торговли и т.д., ориентируясь на не сырьевые сферы экономики, вместе с тем, внедряя инновационные технологии и новые решения по мере роста и конкуренции на рынке [7]. Эффективное развитие малого и среднего семейного предпринимательства – это не только цель развития рыночной экономики, но и своего рода ключ, который позволит достичь этой цели [3].

Наличие в России такого высокоразвитого предпринимательства влечет за собой как экономические плюсы, такие как снижение безработицы, повышение бизнес-активности населения, что в свою очередь создает базу для создания устойчивого и обширного среднего класса в стране, повышение «качества налоговых сборов», так и социальные плюсы: демографический рост, снижение социальной напряженности и т.д.

Малые предприятия способны осуществить проектирование и внедрение инновационных, экспериментальных разработок, сдержать тенденции к монополизации, качественно удовлетворить потребности населения, которые не могут быть охвачены со стороны крупного бизнеса и государства. В любом развитом государстве, социальная и экономическая основа гражданского общества – это малые семейные, и собственники, то есть именно средний класс, а 80% из них – это представители семейного бизнеса в разных поколениях [4].

Главные черты и характерные преимущества, относящиеся к семейному бизнесу, это:

Ориентированность производителя на внутри региональные рынки, так как семейное предпринимательство отлично подходит для анализа предпочтений и пожеланий, привычек, обычаев и других, характерных данной местности или региону, особенностей;

Возможность более гибкой и оперативной реакции на различные изменения (маневр капитала, переключение с одной деятельности на другую), а вследствие этого и более оперативное принятие управленческих решений.

В сравнении с крупными компаниями, в малых, упрощена структура, что обуславливает их более гибкую и быструю структуру реагирования на изменения конъюнктуры рынка и т.д.

Малые предприятия, активно проводящие и реализующие научные исследования и разработки, в большей степени готовы взять на себя риск и тем самым намного более эффективное использовать научно-исследовательские разработки и оборудование, квалифицированный персонал, внося значительный вклад в процесс инноваций и технологического обновления производства. Они участвуют в начальных стадиях инноваций, а достижения научно-технического прогресса позволяют им быстро подключиться к наукоемким отраслям, при этом не имея большого капитала.

Управление на таких предприятиях – это одна из самых сложных сфер деятельности, где проявляются отношения личностей, которые объединены бизнес-интересами на фоне семейных и родственных отношений.

Распределение ролей, функций и должностей в практике семейного предпринимательства – это весьма серьезная проблема, так как представителям одной семьи сложно находится в пределах четких рамок и границ в производственных отношениях. Поэтому, понятное, четкое и всеми принятое разделение труда – это ценный инструмент, который позволяет избежать целого ряда возможных проблем. Очень важный момент в данном вопросе – это взаимоотношения представителей одной семьи и сотрудников, которые наняты со стороны, так как вполне традиционным считается, что к родственникам отношение более привилегированное, оплата труда и премии выше, они пользуются не обоснованным с профессиональной точки зрения, авторитетом у начальства, не обоснованные повышения по карьерной лестнице. Безусловно, есть множество разных примеров нейтрализации подобной ситуации со стороны менеджера, но, как правило, они приводят к слишком жесткому отношению к представителям собственной семьи, либо сталкиваются с серьезным противодействием со стороны остальной части семьи.

Строгость к представителям своей собственной семьи – это своего рода попытка доказать всему коллективу трудящихся на предприятии, что весь персонал оценивается и воспринимается объективно, конструктивно, лишь согласно профессиональным заслугам и уровню компетенций, без оглядки на родственные связи [6].

Проблематика и особенности такой чувствительности к менеджменту, в некоторых семейных предприятиях, часто выходят за рамки отношений «подчиненный – начальник». Это свойственно тем семейным компаниям, где глава семьи руководит работой детей или супруги. В данном случае целесообразно ограничивать должностные обязанности каждого члена семьи, вместе с тем предоставляя определенную независимость и свободу. В таком случае, менеджмент предприятия не будет требовать какого-либо сильного личного контакта, лишнего контроля, который может стать камнем преткновения между людьми и создать ситуацию напряженности, которая повлечет за собой конфликт, создающий угрозу семье и предприятию.

В семейном предпринимательстве принципиально важное значение отводится построению системы менеджмента сотрудниками, позволяющем создать условия для соответствующей рабочей дисциплины, при этом, не принося вред семейным отношениям.

Устойчивые эмоциональные связи – еще одно неоспоримое достоинство и фактор устойчивости семейного дела. Любая бизнес-структура иерархична, есть и начальники, и подчиненные, так называемые вертикальные и горизонтальные связи (соподчинение и сотрудничество). Когда в эту систему вписана семейная структура с устоявшимися родственными связями, она приобретает

дополнительную прочность, скрепляя формальные отношения необходимым компонентом личного доверия.

Члены одной семьи обычно работают надежно и с большой отдачей, что обеспечивает высокую эффективность труда и достижение высоких результатов. В то время как в традиционных компаниях отношение к родственникам, работающим в компании довольно-таки отрицательное, способствующее снижению конкурентно способности предприятия, то в семейных предприятиях наличие семейных и родственных связей создает дополнительный источник конкурентного преимущества. Вместе увеличением количества новых членов этой семьи в бизнесе, растет и число носителей семейной традиций и определенной идеологии, а также возрастает количество людей, которые осуществляют не формальный контроль.

И еще одним фактором устойчивости является то, что малый семейный бизнес наиболее открыт к применению системного подхода к управлению.

На сегодняшний день системный подход к управлению представляет собой основу функционирование любой организации. Сущность системного подхода заключается не просто в наборе операций процедур и приёмов, а в совокупности принципов, определяющих общую стратегию и цель практической и теоретической деятельности. Важнейшим элементом системного подхода считается устойчивость функционирования системы управления качеством.

Системный подход обуславливает формирование в каждой компании эластичной системы менеджмента, включающую определённую структуру подсистем. В число таких подсистем входят, например, подсистема общего линейного менеджмента, целевые, обеспечивающие и комплексные функциональные подсистемы.

К комплексным функциональным подсистемам относятся:

- производственная, реализующая ряд функций таких, как организация обеспечивающего, основного и обслуживающего персонала, а также оперативное управление производством;
- техническая подсистема, которая связана с организацией работ по стандартизации и унификации, организацией технологических процессов, организацией технической подготовки производства, организацией измерительного обеспечения, сертификацией и тестированием продукции, техническим контролем;
- экономическая подсистема, которая связана с реализацией ряда функций таких, как оперативное, среднесрочное и долгосрочное социальное и технико-экономическое планирование, организация заработной платы, труда и финансовой деятельности, а также экономический анализ и учёт;
- внешнеэкономическая подсистема, включающая сбыт, материально-техническое обеспечение, организацию и предоставление внешнеэкономических взаимосвязей;

- подсистема капитального строительства;
- подсистема, описывающая творческую и кадровую работу коллектива.

К целевым подсистемам относятся качество; улучшение менеджмента; развитие производства; осуществление поставок продукции, плана и услуг производства; урегулирование расходов и ресурсов; социальное развитие коллектива; охрана окружающей среды.

К обеспечивающим подсистемам в системе управления предприятия относятся подсистемы, которые связаны с оснащением всех упомянутых подсистем оргтехникой, техническими средствами, правовым, нормативным и информационным обеспечением [1].

Подсистема общего линейного менеджмента имеет назначение рациональной координации функционирования всех подсистем в пределах общей системы управления для достижения целей, которые поставлены перед компанией.

Сущность системного подхода к управлению качеством состоит в том, что в рамках системы управления компании очень важным и необходимым считается создание и дальнейшее функционирование целевой подсистемы качества, которая является независимой системой со всеми свойственными ей особенностями. Её присутствие в системе управления компанией обусловлено тем, что цели последнего в сфере качества и конкурентоспособности продукции возводятся в его деятельность как приоритетные.

Таким образом, управляемая и управляющая подсистемы выступают в роли составных частей системы, взаимовлияющие друг на друга и взаимодействующие друг с другом, что гарантирует единство и целостность в рамках системы управления.

Общеизвестно то, что без цели не существует системы. Система управления качества обязана обладать конкретно сформулированными, чёткими и определёнными целями, лежащими в основе политики компании в сфере качества. Они должны образовываться, отталкиваясь от реально имеющейся социально-экономической ситуации и единых стратегических целей компании.

Список литературы

1. *Горбашко Е. А.* Управление качеством: Учебник для бакалавров / *Е.А. Горбашко.* 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2014. 463 с.

2. *Халипов В.Ф., Халипова Е.В.* Власть. Политика. Государственная служба // Словарь. М.: Луч. 2013. С. 200.

3. Предпринимательство: Учебник / Под ред. *В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара*. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. 581 с.

4. *Джонс К.* Семейный бизнес. М.: Менеджмент, 2013. С. 49.

5. *Максимцев И.А., Локшина Э.Х., Демидова Л.Г., Куганов В.Г.* К вопросу об экономических санкциях против России // Финансы. Экономика. Стратегия. 2015. №7. С. 5–8.

6. *Круглова Н.Ю.* Основы бизнеса (предпринимательства): Учебник / *Н.Ю. Круглова*. М.: КНОРУС, 2014. 544 с.

7. Технологии для малого бизнеса // Электронный журнал «Идея для малого бизнеса». [Электронный ресурс] (дата обращения: 31.12.2015).

УДК 338

Кукушкин Олег Владимирович
Полюхович Вячеслав Валерьевич
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены составляющие, этапы, уровни инвестиционной политики производственного предприятия, а также факторы, влияющие на инвестиционную политику.

Ключевые слова: инвестиции, производственные предприятия, инвестиционная политика, проблемы инвестиционной политики.

Kukushkin Oleg, V.
Polyuhovich Vyacheslav, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

SOME ASPECTS OF INVESTMENT POLICY OF PRODUCTION ENTERPRISE

Annotation. The article describes components, stages, levels of investment policies in productive enterprises, as well as the factors influencing investment policy.

Keywords: investment, production enterprises, investment policy, investment policy issues.

В современных геополитических условиях развитие эффективной и гибкой экономики невозможно без создания, развития современной промышленности. А она в свою очередь не возможна без комплексной модернизации российских предприятий, внедрения инновационных производств, лучших мировых методик и систем управления. На основе устаревших технологий невозможно создать продукт, который отвечал бы лучшим стандартам качества или превосходил их. К тому же создание таких продуктов должно быть не только качественным, но и иметь преимущества в стоимостном выражении, это еще одна причина внедрение современных, эффективных технологий и методов производств.

Важной частью деятельности и развития любого предприятия является инвестиционная деятельность. Формирование и развитие инфраструктуры также не обходится без инвестиционной деятельности.

Инвестиции являются неотъемлемой частью современной экономики. По своей сути инвестиции (англ. Investments) — размещение капитала с целью получения прибыли. Инвестиционная политика предприятия – это составная часть его экономической политики. Она определяет источники поступления, направления, структуру и масштабы инвестирования, основываясь на необходимости роста развития компании. Инвестиционная политика предприятия включает

© Кукушкин О.В., Полюхович В.В. 2017.

обновление инфраструктуры, основных средств и так далее. Содержание инвестиционной политики производственного предприятия – представляется как сложная совокупность видов деятельности компании, которая обуславливает их взаимосвязь и их корреляции. Данный вид деятельности направлен на увеличение всех показателей эффективности предприятия и его развитие. Инвестиционная деятельность и политика обуславливает рост таких показателей как: выручка, прибыль, ликвидность, рентабельность, рыночная доля и другие положительные результаты, которые способны охарактеризовать эффективность инвестиций в инфраструктуру и также основные фонды.

Технологическая составляющая инвестиционной политики компании обуславливается ее долгосрочными целями. Она предполагает выбор самой перспективной и рациональной идеи для инвестирования, основываясь на приоритетах менеджмента и государства. Также подобная деятельность в любых ситуациях должна учитывать маркетинговую составляющую, финансовые, экономические прогнозы и эффективность сценариев инвестирования. В условиях санкций, экономических ограничений и других современных реалий, при инвестировании в инфраструктуру приходится учитывать директивы государственных и региональных властей.

Реализация инвестирования заключается в пяти этапах.

- Первый этап. Здесь компания определяет самый перспективный сценарий инвестирования, в рамках общей стратегии и концепции компании, а также внешних факторов рынка, политической и экономической ситуации.
- Второй этап. Этот этап посвящен разработке сценариев инвестирования в развитие инфраструктур и предприятия.
- Третий этап. Здесь компания определяет самый рациональный вариант для инвестирования
- Четвертый этап. Компания формирует, распределяет и перераспределяет инвестиционные ресурсы.
- Пятый этап заключается в анализе результатов инвестиционной деятельности с позиций ее эффективности. Критерии эффективности могут быть различными и зависят от целей инвестирования.

На уровне предприятия основными принципами инвестиционной политики являются:

- Последовательность;
- Сложность;
- Актуализация;
- Многофакторность;
- Независимость;
- Гибкость;
- Адаптивность;
- Законная защита;
- Управляемость;
- Коэффициент полезного действия.

Изучение современных тенденций развития экономических систем инвестиционной политики показывает отражение типовых направлений инвестиций предприятия и факторы, определяющие ее. Схематически можно представить на рис. 1.

Рис. 1. Основные направления инвестиций

Во-первых, изменение соотношения репродуктивных и ресурсных составляющих инвестиционной политики предприятий обрабатывающих отраслей в пользу первых, в связи с ускорением научно-технического прогресса, данные процессы сопровождаются снижением жизненного цикла продукции, сокращением срока полезного использования оборудования и технологий для создания продуктов.

Мировой опыт наглядно показывает, что наибольших успехов в хозяйственном развитии в последние десятилетия добиваются инновационно активные предприятия, ориентированные на воплощение в производство инновационных идей. При этом результаты развития предприятий обрабатывающих отраслей промышленности США, Великобритании, Германии, Японии, Китая, Индии и других передовых стран мира показывают, что основу их экономической стратегии составляют не просто развитие высокотехнологических производств, а оптимизация инновационного инвестирования, требующая воплощения соответствующей инвестиционной политики.

По оценкам UNCTAD в перспективе развития шестого технологического уклада экономики в конкурентной борьбе преимущество будут иметь предприятия, способные обеспечить ведущую роль в своей экономике высокотехнологических производств в сочетании с усилением сфер научных разработок и подготовки кадров, являющихся основным базисом для инновационного типа развития, и рациональном инвестиционном обеспечении этого развития.

Факторы, влияющие на инвестиционную политику:

- Финансово-экономическое состояние компании;
- Состояние рынка;
- Технологический уровень производства;
- Соотношение заемных и собственных средств;
- Рыночные условия привлечения инвестиционных ресурсов;
- Условия осуществления лизинга;
- Соответствие общей стратегии.

Во-вторых, наблюдается смена приоритетов структурной инвестиционной политики, сопровождающаяся концентрацией инвестиционных ресурсов на выпуске традиционной продукции с высокой добавленной стоимостью.

В-третьих, в инвестиционной политике предприятий обрабатывающих отраслей промышленности усиливается значение инвестиционных проектов инновационного содержания, обеспечивающих усиление конкурентных позиций предприятий на рынке и качественный рост производительного капитала.

В-четвертых, в инвестиционной политике предприятий возрастает доля инвестиций, направляемых на создание предпосылок для перехода на следующий, нарождающийся уровень производственно-технологического развития.

В-пятых, в инвестиционной политике предприятий обрабатывающих отраслей промышленности усиливается вектор создания благоприятного инвестиционного климата, призванного обеспечить конкурентные преимущества предприятия на рынке привлечения капитала.

Определение тенденций развития инвестиционной политики экономических систем в сфере инвестирования в инфраструктуру позволило перейти к решению проблем формирования и реализации инвестиционной политики развития имущественного комплекса предприятия в условиях инновационных преобразований.

Помимо традиционных проблем формирования и реализации инвестиционной политики предприятий, представленных в табл. 1, существует целый комплекс специфических проблем инвестиционной политики развития имущественного комплекса предприятия и инфраструктуры.

На предприятии необходимы меры, также входящие в процесс модернизации, как, улучшение условий труда работников, совершенствование и последующее соблюдение технологий производства, увеличение времени и эффективности работы оборудования, увеличение удельного веса рабочего оборудования в целом, позволяют создать условия для максимально эффективного использования инвестиций.

Таким образом, можно отметить, что традиционные проблемы формирования и реализации инвестиционной политики предприятий имеют довольно обширный характер, их решение требует серьезного внимания со стороны государства и бизнес-сообщества.

Таблица 1

Традиционные проблемы формирования и реализации инвестиционной политики предприятий обрабатывающих отраслей промышленности

№	Проблема	Характеристика
1	В масштабе государства	Дефицит эффективных собственников Низкий уровень деловой среды (бюрократия, коррупция, преступления и т.д.) Относительно высокий уровень инвестиционных рисков Относительно низкая стабильность государственной инвестиционной политики
2	В масштабе отрасли	Высокий уровень физического износа устаревших основных производственных фондов Благоприятный инвестиционный климат в сфере производства фоне сферы услуг Значительные уровни оплаты работы персонала Относительно низкий уровень развития производственной и транспортной инфраструктуры Отсутствие стимулов для развития производственного сектора (в том числе фискальной налоговой политики для реального сектора экономики)
3	В масштабе предприятия	Относительно низкий уровень ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости предприятий Неразвитость производства и вспомогательной инфраструктуры Отсутствие квалифицированного персонала в состоянии перейти на следующий технологический уровень производства

Список литературы

1. *Буров, В.Ю.* Основы предпринимательства: Учеб. пособие / *В.Ю. Буров*. Чита, 2015. 441 с.

2. *Фатхутдинов Р.А.* Инновационный менеджмент. СПб.: Питер. 2015. С. 224–238.

3. *Максимцев И.А., Локшина Э.Х., Демидова Л.Г., Куганов В.Г.* К вопросу об экономических санкциях против России // Финансы, экономика, стратегия. 2015. №7. С. 5–10.

УДК 334.7

Левшин Лев Михайлович
Жемчугова Оксана Владимировна
Сибирский государственный
аэрокосмический университет
имени академика М.Ф. Решетнева

РИСК-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД И СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В статье представлены рекомендации по оценке и управлению рисками при учете взаимодействия со средой организации.

Ключевые слова: процесс, риск, риск-ориентированный подход, система менеджмента качества, среда организации, заинтересованные стороны.

Levshin Lev, M.
Zhemchugova Oksana, V.
Siberian State Aerospace University
named after Academician M.F. Reshetnev

THE RISK-BASED AND CONTEXT OF THE ORGANIZATION

Abstract. The article presents recommendations for the evaluation and management of risk, taking into account the interaction with context of the organization.

Keywords: process, risk, risk-based approach, context of the organization, stakeholders.

Управление рисками как направление в бизнесе, используемое для формирования систем менеджмента в организациях, уже продолжительное время является одним из базовых трендов, обеспечивающих совершенствование деятельности организации и ее взаимодействие с заинтересованными сторонами.

Такой известный инструмент формирования эффективной системы менеджмента качества (СМК) как ISO 9001, в версиях разных лет, выводит требования проактивного подхода к бизнесу на все более высокий уровень от версии к версии. К сожалению, в практике внедрения требований ISO 9001 в РФ отмечается слабая реализация вышеупомянутого подхода. В версии стандарта ISO 9001:2008 понятие «предупреждающее действие» воспринималось организациями, держателями сертификатов соответствия, скорее как инструмент «корректирующего» воздействия, и определяло слабую реализацию принципа проактивного подхода. СМК воспринималась, и до сих пор воспринимается многими организациями, как инструмент реагирования на выявленные несоответствия, а не как инструмент, позволяющий предугадать возможные нежелательные события. Кроме того, на сегодняшний день актуальность внедрения риск-ориентированного подхода в бизнесе, диктует кризисное состояние, как общества в целом, так и отдельных отраслей. Исходя из вышеизложенного, бизнесу, для обеспечения не только собственной доходности, но и собственной

© Левшин Л.М., Жемчугова О.В., 2017.

выживаемости, необходимы более весомые шаги, направленные на внедрение риск-ориентированного подхода.

Основываясь на наблюдениях в процессе аудитов СМК различных организаций, на наш взгляд, существует два основных способа реализации риск-ориентированного подхода на практике. Первый заключается в достаточно формалистичном отношении к проблеме внедрения методов управления рисками, отсутствии процедуры ведения документированной информации, касающейся рисков; проводятся организационные мероприятия, связанные с учетом рисков, на которых принимаются решения. При этом документированная информация, касающаяся учета и динамики изменений, рисков не сохраняется и не поддерживается. На наш взгляд, данный способ отражает концепцию риск-ориентированного мышления, представленного в новой версии стандарта ISO 9001. Это обусловлено желанием современных организаций уйти от избыточности документации, неуклонным стремлением к снижению издержек и повышению эффективности деятельности организации в целом.

Второй способ, которого придерживаются авторы, опирается на формализацию информации по управлению рискам организации. Он основывается на скрупулезном выборе требуемых документированных форм, их количества и вида и связан с фундаментальным значением риск-менеджмента для современного бизнеса.

Известно, что совокупность влияния негативных факторов, действующих на организацию, имеет сложную структуру, и, кроме внешнего влияния, инициирует внутренние изменения в самой организации. Риск-ориентированный подход является тем самым инструментом, при помощи которого организация может нивелировать (сгладить) негативные воздействия, при этом не упустив возможностей. Базовая концепция этого подхода заключается в проведении анализа и прогнозировании воздействий различной величины, тяжести и вероятности. Данные величины необходимо фиксировать в записях различных форм и использовать в качестве входных результатов для анализа со стороны высшего руководства.

Основным фронтом борьбы организации, внедряющей у себя элементы риск-ориентированного подхода, является борьба с неопределенностью. Современная литература насчитывает немалое количество различных определений термина «неопределенность». В нашей статье мы принимаем следующее определение данного термина: «недостаточность сведений об условиях, в которых будет протекать экономическая деятельность, низкая степень предсказуемости, предвидения этих условий» [1. С. 56]. Неопределенность сопряжена с риском планирования, принятия решений, осуществления действий на всех уровнях экономической системы. Тогда под термином «риск» в этом глобальном, по своей сущности, случае следует понимать «возможность или угрозу отклонения результатов конкретных решений или действий от ожидаемых»; а следствием будет являться то, что принятые решения окажутся ошибочными, доходы – меньшими, а затраты – большими, чем ожидали. Формальное отношение, то есть ведение записей по сбору и анализу информации, касающейся

специфики конкретного риска, является весомым аргументом в пользу снижения неопределенности.

Нами были условно определены три способа обращения с рисками, отличающиеся по уровню сложности. Первый – простейшая модель применения риск-ориентированного мышления (на основе определения целей в области качества и планирования изменений в СМК). Второй – модель средней сложности (с использованием элементов менеджмента рисков). Третий – модель высокой сложности – применения риск-ориентированногоподхода.

Для определения способа обращения с рисками организациям, в первую очередь, необходимо определиться со средой организации и ее заинтересованными сторонами. Согласно ISO 9000:2015 среда организации (context of organization) – сочетание внутренних и внешних факторов, которое может оказывать влияние на подход организации к постановке и достижению ее целей. Факторы могут быть внешними, связанными с определенными экономическими, законодательными, политическими, социальными, технологическими и другими изменениями среды организации; и внутренними, к которым относятся сотрудники, организация управления, размер уставного капитала, отраслевая принадлежность организации, структура и состав выпускаемой продукции (услуги) и др. Среди большого количества таких факторов организация должна и имеет право рассматривать, выбирать и учитывать те, которые действительно влияют на способность ее СМК достигать намеченных результатов.

Известно, что среду организации формируют, кроме прочего, заинтересованные стороны, стейкхолдеры – физические и/или юридические лица, которые могут воздействовать на осуществление деятельности или принятие решения, быть подверженными их воздействию или воспринимать себя в качестве последних [2. С. 12]. Общего перечня заинтересованных сторон не существует. Каждая организация имеет свои особенности, поэтому структура заинтересованных сторон организации индивидуальна, а степень их влияния будет меняться по мере развития организации. Как правило, заинтересованные стороны делятся на внешние и внутренние, и их количество весьма значительно. К внешним стейкхолдерам относятся государство, общество, потребители, поставщики, банкиры, ассоциации, СМИ и др. Соответственно к внутренним заинтересованным сторонам относятся сотрудники, менеджеры, акционеры и др. Например, для крупного промышленного предприятия, стейкхолдерами будут являться топ-менеджеры, владельцы, инвесторы, государственные органы, конкуренты, работники, службы предприятия и т.д.

Анализируя среду организации и ее заинтересованные стороны, можно сказать, что они находят свое отражение в классификационных характеристиках СМК организации. Например, к внешней среде организации можно отнести такие классификационные показатели, как законодательные и нормативные требования к продукции и организации; заинтересованными сторонами данного признака будут государство, надзорные органы, общество и т.д.; у такого показателя, как наличие конкурентов в данном сегменте рынка, заинтересованными сторонами будут конкуренты, потребители, государство и т.д. К классификационным признакам внутренней среды относятся такие показатели, как уровень

квалификации и компетенций исполнителей; заинтересованными сторонами признака является персонал, управленцы; готовность лидеров организации применять риск-ориентированное мышление, стейкхолдерами которого будут являться руководство, сотрудники.

Одной из значимых характеристик любой организации является взаимосвязь среды организации и идентификация требований заинтересованных сторон. Это позволяет определиться с классификационными признаками и осуществить дифференциацию организаций, тем самым определяясь со способом применения риск-ориентированного подхода и уровнем сложности обращения с рисками.

Список литературы

1. *Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.* Современный экономический словарь. 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, 1999. 479 с.

2. ГОСТ Р ИСО 9000-2015 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. М.: Стандартинформ, 2015.

УДК 658.562.64

Леонова Татьяна Иннокентьевна
Мамедов Эйтирам Эйтибароглы
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

МОДЕЛИ ЭКОНОМИКИ КАЧЕСТВА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИЙ

Аннотация. В статье рассматривается одна из актуальных проблем развития теории экономики качества, связанная с инновациями, рассмотрено содержание категорий и механизмов экономики качества, отмечено, что наибольшее внимание сейчас уделяется оптимизационным задачам и их практическому применению, для реализации которых необходима постановка и интерпретация задачи, что предполагает рассмотрение возможных категорий на основе экономических критериев, представлены пути совершенствования для применения оптимизационных задач в области квалиметрии.

Ключевые слова: экономика качества, инновации, оптимизационные задачи, квалиметрия.

Leonova Tatiana, I.
Mamedov Atiram. E.
Saint-Petersburg State University of Economics

ECONOMIC MODEL OF QUALITY FOR INNOVATION

Abstract. The article discusses one of the urgent problems of development of the theory of Economics of quality associated with the innovation, considered the content of the categories and mechanisms of economy mentioned that the greatest focus is now on optimization tasks and their practical application, the implementation of which required the formulation and interpretation of the

© Леонова Т.И., Мамедов Э.Э., 2017.

problem, which involves consideration of possible categories on the basis of economic criteria presented ways to improve for the application of optimization problems in the field of quality control.

Keywords: economics of quality, innovation, optimization problems, qualimetry.

Актуальность вопроса состоит в том, что внедрение инноваций в современных условиях кризиса необходимо проводить при ограниченных ресурсах, в связи с чем будут востребованы такие инновации, которые дадут наибольшую отдачу и принесут наибольшее качество (полезность) для общества.

В статье представим некоторые теоретические разработки школы экономики качества, которые необходимы для результативного и эффективного внедрения инноваций, а также обозначим области для практического использования и некоторые примеры применения.

С теоретических позиций можно выделить следующие основные положения взаимосвязи качества и инноваций:

- понятия «качество» и «инновации» близки по своему характеру;
- инновации – это новое качество;
- многие модели, связанные с качеством, могут быть применимы для развития инноваций.

В связи с этим наука экономики качества очень взаимосвязана с инновационной экономикой. Управление качеством, как известно, содержит такие направления, как обеспечение качества и улучшение качества. Как известно, обеспечение связано с сохранением, гарантированием заявленных свойств, а улучшение параметров качества характеризуется созданием новых свойств, т.е. связано с инновациями.

Целью экономики качества как науки является описание, объяснение и предсказание закономерностей воздействия качества на процессы и явления общественной жизни. Экономика качества как самостоятельное научное направление представляет собой часть экономической науки, изучающая взаимосвязь качественных характеристик объектов или явлений с экономическими категориями и, в конечном итоге, определяющая оптимальные решения социально – экономических проблем, связанных с качеством.

В настоящее время в России развивается научная школа экономики качества, сформированная академиком В.В. Окрепиловым [1]. Эта научная школа основывается на базе многолетних отечественных и зарубежных исследований в области экономики качества, изучения и реализации на практике теории, методологии и методов экономических и социальных проблем качества и опирается на сеть высших учебных учреждений, в которых решаются задачи по развитию фундаментальной и прикладной науки. Особо следует отметить исследования Санкт-Петербургского государственного экономического университета, проводимые на кафедре экономики и управления качеством под руководством проф., д.э.н. Е.А. Горбашко [2], в которых также принимают участие и авторы этой статьи.

Модель системы экономики качества можно представить в трех координатах, а именно: объектов качества, направления в области качества и экономических категорий. Каждая ячейка такого трехмерного куба содержит свою специфику.

Механизм экономики качества состоит в том, что потенциал эффектов или возможных потерь, связанных с качеством, обусловлен требованиями внешней и внутренней среды, в частности требованиями и возможностями заинтересованных сторон (и в первую очередь – потребителей), снижение потерь или получение эффекта требует инвестиций, и только инвестиции в правильные мероприятия обеспечат экономический эффект и рост удовлетворенности потребителей.

Экономические потери или эффекты, связанные с качеством, возникают вследствие влияния качества и инноваций на функцию спроса, т.е. подразумевается, что более полезные продукты готовы купить по большей цене или в большем количестве при всех прочих неизменных условиях. В практическом аспекте построение изменения линии спроса требует серьезных маркетинговых и стратегических исследований.

Важное место в теории экономики качества занимают модели оптимизации. Модели оптимизации в экономике качества исходят из принципов и целей всеобщего менеджмента качества (TQM) и главным образом построены на максимизации степени удовлетворенности потребителей и всех заинтересованных сторон (партнеров, общества и других) от использования продуктов. В рыночных условиях достижению высокого качества продуктов противостоят финансовые и другие возможности, что требует оптимизации степени удовлетворенности потребностей при имеющихся ограничениях

В тоже время может возникать другая постановка задачи оптимизации, а именно, задача минимизации ресурсов для создания необходимого уровня качества продуктов, обеспечивающего удовлетворенность заинтересованных сторон. В этом случае оптимально-минимальной величине ресурсов противостоят имеющиеся у потребителей и заинтересованных сторон требования к уровню качества, что определяет другую постановку задачи оптимизации.

Для формирования экономических моделей очень важна правильная экономическая интерпретация категорий, постановки задачи, целей, критериев, исходных данных, ограничений и получаемых результатов решения оптимизационной задачи.

Также встаёт вопрос: «Какие категории могут выступать как переменные для математической формализации задач оптимизации качества?» По нашему мнению, такими переменными могут быть объемы выпуска и величина свойств качества.

Для таких моделей, связанных с объёмом производства, нами определены исходные данные для объемов выпуска и сделана матричная линейная интерпретация задач экономики качества для определения плана выпуска продукции различного качества

Практическое применение таких задач может состоять в формировании оптимального плана выпуска продуктов (продуктами могут быть любые результаты деятельности, которые можно измерить количественно), обладающего наибольшим уровнем качества для потребителя. Эти задачи наиболее востребованы в секторе общественных и некоммерческих услуг, в которых основной оценкой результативной и эффективной деятельности является качество.

Примеры практического применения могут быть следующие. Необходимость оптимизации возникает при формировании структуры и объемов госу-

дарственных программ и заданий, обеспечивающих максимальную результативность и эффективность бюджетных расходов; такую задачу можно решить только в координатах экономики качества. Или, например, при формировании структуры и объемов государственных закупок более приоритетным критерием будет минимизация затрат по стоимости государственных закупок при соблюдении минимально необходимых требований к качеству.

Для второго типа задач для моделей качества на основе квалиметрии и ФСА, отражающих уровень качества и стоимость единицы свойства, также сформирован состав категорий и представлена матричная интерпретация для максимизации и минимизации величины свойств. При этом отметим, что математический вид моделей второго типа такой же как и первого, но переменной будет выступать не объем, а единица свойства, например, для пищевых продуктов это может быть килокалории, а для техники – объем выработки и подобное.

Практическое применение таких задач может быть реализовано для достижения оптимальной совокупности единичных показателей качества, которые в целом дают наибольший рост комплексного качества в условиях ограничений. Особенно важна такая постановка задачи для некоммерческого и государственного сектора. Например, для университетов важно повысить уровень комплексного качества по критериям эффективности, поэтому каждый университет может выявить наиболее весомый и при этом менее дорогостоящий показатель и найти такое внутреннее распределение бюджетных средств, позволяющее добиться наивысшего показателя комплексного качества в условиях ограниченных субсидий на выполнение государственного задания и соблюдения требований по аккредитации. Такая постановка также интересна для коммерческих организаций, чтобы повысить свой рейтинг (имидж), который складывается не только из финансовых показателей, но и качественных показателей удовлетворенности потребителей и общества.

Недостатком, ограничивающим практическое применение таких моделей, является сложность и неоднозначность измерения величины уровня качества продукции (услуг) и их свойств, необъективность установления приоритетов их важности.

Пути совершенствования моделей экономики качества, в том числе для развития инноваций, в области практического применения включают более глубокие исследования в теории и практике таких направлений как:

- квалиметрия;
- экспертные оценки;
- многокритериальные оценки и методы принятия решений.

Все это в определённой степени может снизить недостатки и позволит принимать оптимальные решения в области качества и инноваций.

Как пример новых разработок в этой области можно привести исследования Саати по анализу иерархий [3], в котором предложен многокритериальный анализ и раскрыто множество примеров выбора оптимального решения; в исследованиях кафедры экономики и управления качеством СПбГЭУ развивают-

ся подходы многокритериального анализа и предлагается векторный подход исследования качества и использование медианы Кемени [4].

В настоящее время особенно интересны экономические модели стратегии качества и инноваций. Экономическим критерием выбора стратегии может служить модель разрывов для сравнения чистого денежного потока традиционного развития конкретной фирмы и выбранной стратегии качества и инновации. Практический опыт построения стратегии качества и инноваций показывает их достаточно большое преимущество при реализации.

Список литературы

1. *Горбашко Е.А*. Управление качеством: Учебник для СПО / *Е.А. Горбашко*. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2016. 463 с.

2. *Окрепилов В.В.* Экономика качества как методологическая основа управления регионами // Экономика и управление. 2013. №1 (87). С. 8-14.

3. *Саати Т.* Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати. М.: Радио и связь, 1993. 278 с.

4. *Леонова Т.И.* Векторный подход при оценке и оптимизации качества объектов / Л.В. Виноградов, Ю.А. Калажокова, Т.И. Леонова // Наука и бизнес: пути развития. 2015. №10(52). С. 27–31.

УДК 330

Лыскова Ирина Ефимовна
Коми республиканская академия
государственной службы и управления

ОСНОВНЫЕ ПАРАДИГМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В АСПЕКТЕ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

Аннотация. В статье актуализируются современные проблемы управления качеством человеческих ресурсов, обосновывается роль человеческих ресурсов в решении современных задач социально-экономического и социокультурного развития организации, подчеркивается значимость организационной культуры, раскрывается сущность экономики знаний в аспекте совершенствования современных бизнес-процессов

Ключевые слова: организация, управление человеческими ресурсами, менеджмент качества, организационная культура, реинжиниринг, кайдзен.

Lyskova Irina, E.
Komi Republican Academy of State Service and Administration

THE MAIN PARADIGMS OF HUMAN RESOURCES QUALITY MANAGEMENT IN THE ASPECT MODERN COGNITIVE ECONOMY

Abstract. The article actualizes modern problems in modern human resources management, states the role of human resources in modern task-solving of socio-economic and socio-cultural de-

© Лыскова И.Е., 2017.

velopment of an organization. It emphasizes the significance of organizational culture, reveals the essence of cognitive economy in the aspect of the improvement of modern business processes.

Keywords: organization, human resources management, self-management, organizational culture, reengineering, kaizen.

В современных социально-экономических условиях развития бизнеса трудно переоценить конкурентоспособность организации, её высокую степень адаптивности, стремление совершенствовать бизнес-процессы, ориентируясь на возрастающие запросы потребителей к качеству предлагаемых товаров и услуг. Одним из наиболее значимых инструментов, содействующих высокой конкурентоспособности, следует признать интеллектуальный потенциал, во многом определяющий качество человеческих ресурсов организации [1].

При оценке качества человеческих ресурсов можно сослаться на индекс развития человеческого потенциала. Это интеграционный показатель, который включает в себя факторы благосостояния населения (доля ВВП на душу населения), факторы, определяющие состояние здоровья (ожидаемая и реальная продолжительность жизни), уровень образования населения. Применительно к России картина выглядит противоречиво. По первым двум составляющим индекса развития человеческого потенциала предстоит основательная работа. Относительно третьего компонента ситуация складывается еще сложнее. Если в целом показатели образования населения России соответствуют уровню наиболее развитых стран мира, то в плане эффективности использования человеческих ресурсов имеют место серьёзные проблемы (занятости и востребованности специалистов, низкая оплата труда, кризис мотивации трудовой деятельности, отсутствие социальных гарантий, бедность работающего населения и др.).

Тем не менее, образование и профессиональная квалификация – мощный ресурс экономического развития государства, региона, организации, качества бизнес-процессов. Сегодня всё острее ощущается необходимость в повышении эффективности управления знаниями на индивидуальном и коллективном уровне. Требуется глубокое переосмысление процесса управления знаниями, расширения потенциала организации посредством совершенствования системы мотивации непрерывного профессионального развития и повышения квалификации сотрудников, повышения уровня общей и профессиональной культуры, закрепление новых моделей организационного поведения, ориентированных на высокое качество современных бизнес-процессов и качество менеджмента. Инновационное развитие организации предусматривает разработку стратегии управления знаниями, обобщение опыта преуспевающих компаний, совершенствование системы организационной культуры в аспекте признания ценности знаний, непрерывного интеллектуального и нравственного прогресса личности, формирование инновационной модели поведения сотрудника, особенно в плане проявления инициативы в сфере профессиональной деятельности, развития профессиональных компетенций, самообразования и пр. Бесспорно, что именно когнитивный и креативный менеджмент призваны обеспечить рост экономики и качество жизни современного общества. Отметим, что экономика знаний (когнитивная экономика) получила официальное признание как государствен-

ная стратегия в ряде стран, например, в США, Японии, Китае, Швеции, Швейцарии, Германии и др. [2].

Принято считать, что концепция управления знаниями, как система управления интеллектуальными активами организации, зародилась в начале 90-х годов XX века. Вполне обоснованно причинами зарождения данной концепции можно признать следующие процессы:

– процессы глобализации, ориентированные на интеграцию различных сторон политической, социально-экономической, социокультурной жизни мирового сообщества. В экономическом плане интеграционные процессы все шире охватывают сферу организации труда, финансов, развития производства и торговли, совершенствования информационных технологий и коммуникаций, формирования и развития человеческих ресурсов.

– стремительное развитие информационных технологий, внедрение инноваций, обеспечивающих высокие темпы производства, повышение производительности труда, качественное обновление процессов, в том числе и процесса управления человеческими ресурсами, качество человеческих ресурсов;

– повышение технологического уровня производства, компьютеризация, роботизация, направленные на вытеснение ручного труда, развитие ресурсосберегающих технологий, обеспечение охраны и безопасности труда.

Знания в аспекте организационного развития можно охарактеризовать как совокупность личных способностей, общекультурных и профессиональных компетенций сотрудника, приобретаемых в процессе обучения, воспитания и развития в сфере профессиональной деятельности, обеспечивающие организации эффективность индивидуального и совместного труда. С точки зрения процессного подхода к знанию необходимо сделать акцент на знании как ценности, особенно в личностном плане; знании как непрерывном процессе; знании как системе; знании как результате. Система организационных знаний формируется совокупностью стратегии развития организации; научных основ организации производства; практического применения научных знаний в конкретной сфере профессиональной деятельности; организационной культуры как мощного фактора эффективного производства и адаптации к условиям рыночной экономики. Соответственно концепция управления знаниями базируется на трансформации индивидуальных знаний и компетенций сотрудников в систему интеллектуального потенциала и интеллектуального капитала организации, формирующих основы стратегии и тактики развития организации в современной социально-экономической ситуации.

Концепцию управления знаниями можно рассматривать в контексте теории реинжиниринга бизнес-процессов. Реинжиниринг характеризуется как одно из современных направлений в теории и практике менеджмента, возникшее в 1990-е годы, призванное обеспечить высокую эффективность бизнес-процессов организации. Авторами концепции реинжиниринга (реконструкции бизнес-процессов) принято считать М. Хаммера и Д. Чампи. Реинжиниринг предусматривает направленность на улучшение основных показателей деятельности организации посредством глубокого анализа, моделирования и перепроектирования бизнес-процессов. Реинжиниринг деловых процессов соотносится с дос-

тижением значимых, скачкообразных, резких улучшений по ключевым показателям деятельности организации. Авторы концепции определяют реинжиниринг как «пересмотр на фундаментальном уровне бизнес-процессов и их радикальную реконструкцию, чтобы добиться существенного улучшения таких важных в настоящее время показателей деятельности, как качество, обслуживание и скорость» [8. С. 302].

Сама реконструкция бизнес-процессов предусматривает стандартизированный цикл, включающий следующие шаги:

1. Согласование процесса реконструкции со стратегией организации.
2. Анализ сущности действующих бизнес-процессов, направленный на выявление их предназначения, осмысление возможности их улучшения и эффективности.
3. Определение набора улучшенных процессов, обеспечивающих добавленную стоимость, в том числе и в результате объединения их с другими процессами.
4. Реализация улучшающих процессов и обеспечение их мониторинга.
5. Запуск нового цикла улучшающих бизнес-процессов.

Перспективы и стратегические планы организации обосновывают значимость внедрения новых подходов к теории и практике управления. В практическом отношении реинжиниринг наиболее рационален для организаций, находящихся в кризисной или близкой к ней ситуации, нередко вызванный факторами внешней среды, и, соответственно, процесс реконструкции рассматривается как неизбежность; либо наоборот, для организаций, занимающих лидирующие позиции, настроенные на стремительный рост и стабильное обеспечение конкурентных преимуществ [3; 4; 7].

Сегодня остро ощущается значимость обеспечения новых направлений и подходов к процессу управления человеческими ресурсами, в частности развития экзистенциального, когнитивного, креативного, персонального менеджмента в целом. Одной из проблемных задач реинжиниринга человеческих ресурсов следует признать необходимость обеспечения условий для реализации инновационного потенциала работников, формирования качественных характеристик личности, способствующих созданию и внедрению инноваций. Этот процесс предусматривает значимость непрерывного интеллектуального развития, осознанную потребность в приобретении новых знаний, развитие профессиональных компетенций, совершенствование системы мотивации и, прежде всего, самомотивации трудовой деятельности, стремление человека к самоактуализации, самореализации в сфере профессиональной деятельности и др.

Важно заметить, что в системе реинжиниринга выделяется когнитивный реинжиниринг как кардинальное изменение действующей структуры управления и производства в организации с использованием когнитивных подходов (познавательного моделирования ситуации). Целью когнитивного реинжиниринга признаётся выстраивание бизнеса на современном высокотехнологичном уровне, формирование обучающейся, гибкой, адаптивной организации, которая создаёт, приобретает, передаёт и сохраняет знания, организация, которая способна менять поведение в ответ на новые знания, информацию, предложения.

Стоит добавить, что реинжиниринг не следует ассоциировать с процессом улучшения и управления качеством. Имеет место принципиальное отличие процессов реинжиниринга и управления качеством: реинжиниринг предусматривает замену существующих процессов на новые, тогда как процесс управления качеством направлен на совершенствование бизнес-процессов организации. Уникальным примером непрерывного совершенствования организационных процессов является японская модель кайдзен [5].

Философия кайдзен характеризуется как базовая концепция восточного, в частности японского менеджмента. Кайдзен – непрерывный процесс совершенствования, в который вовлечены все участники организационной деятельности. Философия кайдзен отражает всю суть кардинальных отличий восточной модели менеджмента от западного. Главной отличительной характеристикой кайдзен в сравнении с западной моделью менеджмента является тот факт, что подход кайдзен и присущее ему мышление ориентированы на процесс, в то время как западная модель управления держит в приоритете инновации и нацеленность на результат. Кайдзен производственных отношений характеризуется специфическим стилем мышления сотрудников организации. Именно этот нюанс – особый стиль мышления – способен обеспечить успех не только японским кампаниям. Философия и практика кайдзен может рассматриваться как современная концепция эффективного менеджмента.

Основная цель кайдзен – стремление к совершенствованию современных бизнес-процессов. Согласно концепции кайдзен все усилия организации должны быть направлены на удовлетворение потребностей и обслуживание потребителей. Применяемая в Японии практически повсеместно, и широко известная в других восточных странах философия кайдзен, даёт потрясающие результаты процесса совершенствования, нацеленного, прежде всего, на удовлетворённость потребителя, улучшения цены, качества, дисциплины поставки. Главная философская идея кайдзен отражает саму модель отношения к жизни, формирование особого образа и качества жизни, применительно к сфере профессиональной и общественной деятельности, семейной и личной жизни, которые заслуживают постоянного улучшения.

Таким образом, современная жизнь диктует необходимость совершенствования системы управления человеческими ресурсами, обобщения опыта организации производственной деятельности. От качества человеческих ресурсов зависит качество бизнес-процессов. Современная экономика предъявляет высокие требования к эффективности труда в организации. Особую значимость в этом отношении приобретают дисциплина, управление временем, непрерывное образование, развитие навыков [6], соучастие и вовлечённость, профессиональная и нравственная культура сотрудников.

Список литературы

1. *Блинов А.О.* Роль государства в организации когнитивного менеджмента // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2012. №1. С. 87–94.

2. *Блинов А.О., Лыскова И.Е.* Концептуальные основы формирования нравственной культуры бизнес-процессов в современной организации // Экономика и предпринимательство. 2016. №2-1(67-1). С. 931–937.

3. *Блинов А.О., Лыскова И.Е.* Персональный менеджмент в процессе современного реинжиниринга человеческих ресурсов // Экономика и предпринимательство. 2016. №3-1(68-1). С. 622–626.

4. *Блинов А.О., Рудакова О.С.* Реинжиниринг человеческих ресурсов как способ конкурентоспособности организаций // Экономика и управление: проблемы, решения. 2013. №4(16). С. 62–69.

5. *Имаи М.* Кайдзен: Ключ к успеху японских компаний / Пер. с англ. 8-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2015. 274 с.

6. *Кови С.Р.* Семь навыков высокоэффективных людей: Мощные инструменты развития личности / Пер. с англ. 10-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2015. 396 с.

7. *Лыскова И.* Базовые принципы персонального менеджмента как технологии реинжиниринга человеческих ресурсов организации // Application of new technologies in management and economy. 5th International Conference. 21-23 April 2016, Belgrad, Serbia. V. 2. Pp. 99–106.

8. *Эванс В.* Ключевые стратегические инструменты. 88 инструментов, которые должен знать каждый менеджер / Пер. с англ. В.Н. Егорова. М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2015. 456 с.

УДК 658.336

Скрипко Лариса Евгеньевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

РОЛЬ И МЕСТО ПЕРСОНАЛА В СИСТЕМЕ КАЧЕСТВЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В докладе рассматриваются принципы, влияющие на управление персоналом в системах качественного менеджмента на основе требований стандарта ISO 9001:2015 «Системы качественного менеджмента – Требования», а также на основе принципов и практик TQM. Кратко представлена эволюция и изменение взглядов на необходимость управления ресурсами в целом, и персоналом как ключевым ресурсом, в международных стандартах на системы качественного менеджмента.

Ключевые слова: менеджмент персонала, системы качественного менеджмента, принципы управления, ИСО 9001, вовлеченность, управление ресурсами, удовлетворенность потребителей, удовлетворенность персонала.

Skripko Larisa, E.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE PLACE AND ROLE OF HUMAN RESOURCES IN COMPANIES' QUALITY MANAGEMENT SYSTEMS

Abstract. The report encompasses the principles which is working on management of human resources in the quality management systems on the ground of the requirements ISO 9001:2015 "Quality Management Systems – Requirements" and of the principles and methods of Total Quality Management. There's summarized the development and changed of the points of view on the necessity of human resources' management in general and in the QMS' standards.

© Скрипко Л.Е., 2017.

Keywords: management of human resources, quality management systems, principles of management, ISO 9001, engagement, management of resource, customer satisfaction, employee satisfaction.

Формирующийся в настоящее время восьмой этап менеджмента качества, ориентированный на проактивное поведение и обеспечение устойчивого успеха, изменяет представление о роли персонала в системах качественного менеджмента, делая его одним из объектов управления. Изменилось даже определение понятия менеджмент качества, которое в соответствии с ISO 9000 «может включать в себя установление политик и целей, а также процессов для достижения этих целей», а также может относиться «к сотрудникам, а именно, к лицу или группе лиц, имеющих полномочия и несущих ответственность за руководство и управление организацией» [1].

Традиционный подход к управлению ресурсами в системе качественного менеджмента определяется как процесс, учитывающий ресурсы, которые разрешено рассматривать в виде входов в процессы (количественный и качественный состав персонала, имеющийся в организации) и «выходы» (производительность труда, достижение результатов при минимальных ресурсах, поддержка ценностей предприятия, процент текучести кадров, процент абсентизма, преданность и лояльность и т.п.).

В рамках систем качественного менеджмента сформулирован всего один принцип, связанный с персоналом – это вовлечение, поскольку для организации крайне важно, чтобы все работники были компетентными и вовлеченными в решение задач, связанных с менеджментом и постоянным улучшением для достижения устойчивого успеха.

При этом для того чтобы эффективно и результативно управлять организацией, очень важно обеспечить вовлечение в работу всех работников на всех уровнях организации и уважать их как личности, признавать заслуги, наделять полномочиями и поощрять приобретение навыков и знаний, способствующих повышению результативности и достижению целей организации. Компетентные, наделенные необходимыми полномочиями и вовлеченные работники на всех уровнях организации повышают ее способность создавать выгоды для различных заинтересованных сторон.

К основным потенциальным преимуществам реализации принципа вовлеченности относятся:

- повышение понимания работниками целей организации в области качества и усиление мотивации по достижению этих целей;
- повышение вовлеченности работников в деятельность по улучшению;
- увеличение личностного развития, проявления инициативы и креативности;
- повышение удовлетворенности работников;
- повышение доверия и сотрудничества во всей организации;
- повышение внимания к общим ценностям и культуре во всей организации [1].

При этом руководителям организации необходимо обеспечить общение с работниками (двусторонний обмен информации) для обеспечения понимания важности их личного вклада; содействовать сотрудничеству во всей организации на основе открытого обсуждения и обмена знаниями и опытом; наделять работников полномочиями, определять узкие места в работе и поддерживать предлагаемые инициативы; предоставить возможности проведения самооценки деятельности работников в сравнении с их личными целями; проводить обследования удовлетворенности работников и реализовывать необходимые действия по ее повышению.

В концепции TQM трудовые отношения отличаются более интенсивной мозговой деятельностью, базирующейся на творческой организации (обучение персонала, взаимообмен между компаниями высококвалифицированными работниками и т.д.), поэтому большинство концепций совершенствования менеджмента организации делает упор не столько на качество и количество персонала в организации, сколько на раскрытие творческого потенциала и вовлечение персонала в работу.

Эта позиция нашла отражение в принципах, сформулированных Э.Демингом [2, 3]:

- *введите в практику подготовку и переподготовку кадров*, включая руководителей и управляющих, чтобы поспевать за изменениями в материалах, методах, оборудовании, технологиях, функциях и методах обслуживания;
- *используйте систему лидерства* – введите в практику лидерство как метод работы, имеющий целью помогать работникам выполнять их работу наилучшим образом;
- *изгоняйте страхи*, поощряя эффективные двусторонние связи и используя другие средства для искоренения страхов, опасений и враждебности внутри организации с тем, чтобы каждый мог работать более эффективно и продуктивно на благо компании;
- *разрушьте барьеры между подразделениями, службами, отделениями*, поскольку большинство проблем возникают на границах ответственности функциональных подразделений;
- *откажитесь от пустых лозунгов и призывов*: от использования плакатов с призывами к работникам, которые требуют от них бездефектной работы, нового уровня производительности и т.п., но ничего не говорят о методах достижения этих целей;
- *откажитесь от произвольных количественных норм и заданий:* устраните рабочие инструкции и стандарты, которые устанавливают произвольные нормы, квоты для работников и количественные задания для руководителей, замените их поддержкой и помощью со стороны руководителей с тем, чтобы обеспечивать непрерывные улучшения в качестве и производительности;
- *дайте работникам возможность гордиться своим трудом*, устраните барьеры, которые мешают работникам и руководителям гордиться своим трудом, откажитесь от регулярных оценок деятельности работников;

- *поощряйте образование и самосовершенствование*, поскольку организации нужны не просто люди, ей нужны работники, совершенствующиеся, благодаря повышению компетентности;
- *вовлеките каждого в работу по осуществлению преобразований*, поскольку одним из главных условий успеха в процессе достижения качества необходимо действовать, а не ограничиваться словесной поддержкой.

Являясь частью философии всеобщего управления качеством, управление персоналом является, прежде всего, социальной составляющей, направленной как на деятельность своих работников, так и на удовлетворение потребителей. При этом в рамках социальной составляющей качественного менеджмента, управление персоналом дает возможность работникам проявлять в своих трудовых действиях соревновательный эффект, т.е. демонстрировать знания, умения, навыки, квалификацию, производительность, тем самым подчеркивая свои «социальные превосходства» в коллективе (организации). Внешний же эффект будет проявляться как раз в повышении удовлетворенности потребителей.

В системах менеджмента качества, построенных в соответствии с требованиями пятой версии стандарта ISO 9001, ресурсы, связанные с человеческим и трудовыми потенциалами, играют существенную роль: требования к их управлению установлены в одиннадцати разделах и пунктах стандарта. В целом, эти требования направлены на распределение полномочий и ответственности, поддержку и вовлечение, обеспечение наличия персонала и поддержание его компетентности, а также снижение влияния человеческого фактора на потенциальные негативные последствия.

Следует отметить, что за последние 20 лет в стандартах ISO серии 9000 произошло серьезное изменение взглядов на управление ресурсами в целом, и управление персоналом, как важнейшей составляющей ресурсного обеспечения менеджмента: в первых версиях ресурсы вообще не упоминалась в стандартах-требованиях, а только в стандартах-рекомендациях для улучшения деятельности. Позднее были установлены требования в отношении таких видов ресурсов как компетентность персонала, инфраструктура и производственная среда. Причем, стандарты только в общем виде устанавливали необходимость управления ресурсами: требовалось определять потребности в ресурсах обеспечивать наличие ресурсов и информации, необходимых для поддержки процессов и их мониторинга [5, 6]: «Организация должна определить и обеспечивать ресурсы, требуемые для внедрения и поддержания в рабочем состоянии системы менеджмента качества, а также постоянного повышения ее результативности; и для повышения удовлетворенности потребителей путем выполнения их требований».

Начиная с 2015 года, с одной стороны, упоминание в стандарте ISO 9001 необходимости определения, выделения и мониторинга достаточности ресурсов для осуществления деятельности и достижения намеченных результатов становится одним из ключевых элементов планирования. При этом обязательным для различных видов ресурсов, является реализация в их отношении цикла PDCA:

- качественный и количественный состав ресурсов должен прогнозироваться с учетом рисков и планироваться для процессов, проектов, системы и т.д.;

- ресурсы должны быть предоставлены в соответствии с планами;
- необходимо осуществлять мониторинг своевременности и полноты предоставления ресурсов;
- вносить изменения в систему управления ресурсами на основе уточнения рисков, существующих в организации [7].

Одновременно расширяется и само понимание ресурсов в целом, и менеджмента персонала как одного из элементов ресурсов: становится необходимым не просто управление компетентностью, но и определение индивидуальных результатов работы сотрудников, вовлечение персонала, учет влияния человеческого фактора, управление индивидуальными знаниями и много другое. Таким образом, можно с высокой степенью достоверности предположить, что управление людьми с течением времени станет играть все большую роль в системах качественного менеджмента, а роль и влияние вовлеченности в способность достигать поставленных целей при оптимальном расходовании других видов ресурсов будет расти.

Список литературы

1. ISO 9000:2015 Системы менеджмента качества – Основы и словарь.
2. *Деминг Э.* Выход из кризиса. Тверь: Изд. фирма «Альба», 1994.
3. *Деминг Э.* Новая экономика. М.: Эксимо, 2006.
4. *Eklöf J., Selivanova I.* Human aspect in service quality: EPSI benchmark studies. //Total Quality Management. Vol. 19, Nos. 7–8, July–August, 2008.
5. ISO 9001:2000 Системы менеджмента качества – Требования.
6. ISO 9001:2008 Системы менеджмента качества – Требования.
7. *Скрипко Л.Е.* Экономика качества – внедрять нельзя отказаться! где ставить запятую? //Методы менеджмента качества. 2016. №12. С. 10– 6.

УДК 338

Стефанова Татьяна Геннадьевна
Козимянец Кирилл Викторович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

РАЗВИТИЕ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ОСНОВЕ РЕАЛИЗАЦИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Аннотация. В статье освещаются вопросы о роли и месте человеческого капитала в развитии менеджмента в условиях четвертой промышленной революции. Рассмотрены факторы, определяющие реализацию человеческого капитала, представление о котором начинает формироваться во второй половине XX века.

Показано усиление значимости человеческого капитала и креативных способностей сотрудников в XXI веке, что делает актуальным проведение оценки человеческого капитала как фактора развития менеджмента качества.

© Стефанова Т.Г., Козимянец К.В., 2017.

Ключевые слова: качество, управление качеством, человеческий капитал, система менеджмента качества, потребитель и другие заинтересованные стороны, оценка человеческого капитала.

Stefanova Tatiana, G.
Kozimyanetz Kirill, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

DEVELOPMENT OF QUALITY MANAGEMENT ON THE BASIS OF IMPLEMENTATION OF HUMAN CAPITAL

Abstract. The article highlights the issues of the role and place of human capital in the development of management in the conditions of the fourth industrial revolution. The factors determining the realization of human capital, the concept of which begins to form in the second half of the twentieth century, are considered.

The strengthening of the importance of human capital and the creative abilities of employees in the 21st century is shown, which makes it important to assess human capital as a factor in the development of quality management.

Keywords: quality, quality assurance, human capital, quality assurance system, consumer and other stakeholders, human capital assessment.

На каждом этапе развития человеческого общества качество неизменно являлось важнейшим приоритетом, оно лежало в основе любой системы социальных и экономических отношений.

Современная экономика характеризуется изменением роли и значения человеческого фактора во всех сферах деятельности. В свою очередь, современная концепция всеобщего управления качеством (TQM) вобрала в себя все лучшее предыдущих этапов эволюции качества, отражающее отношение к трудовым ресурсам, рост вовлеченности персонала в решение проблем качества, а соответственно и в повышение эффективности и конкурентоспособности предприятия (организации, компании).

Эволюция управления качеством в XX веке определяется развитием системного подхода, характеризующегося пятью этапами: система контроля качества Ф. Тейлора; система В. Шухарта (SQC) – 20-50 гг., в основе которой лежали статистические методы контроля; система тотального управления качеством (TQC) Фейгенбаума-Джурана – 50-70 гг.; система менеджмента качества, основанная на международных стандартах ИСО серии 9000 – 70-80 гг.; система всеобщего менеджмента качества (TQM), охватывающая все аспекты деятельности организации и являющаяся наиболее передовой на сегодняшний день.

Перечисленные системы последовательно повышали степень вовлечения персонала в деятельность по управлению качеством.

Концепцию человеческого капитала в 1960 году выдвинул американский экономист Г. Беккер [3. С. 92-93]. Под термином «человеческий капитал» понимаются накопленные знания, умение и мастерство, которыми обладает работник и которые приобретаются им благодаря общему и специальному образованию, профессиональной подготовке, производственному опыту. По оценке

Всемирного банка 65-75 % богатства постиндустриальной экономики составляет человеческий и управленческий капиталы.

Рассмотрим факторы, определяющие актуальность реализации человеческого капитала в развитии менеджмента качества:

1. Трансформация экономики предполагает изменение содержания труда и факторов его эффективности, что требует внедрения в деятельность организаций новых методов анализа и управления человеческим капиталом.

2. Высокая конкуренция и доступность информации о деятельности компании повышает значимость подхода, основанного на рассмотрении требований всех заинтересованных сторон (потребителя, собственников, коллектива предприятия, поставщиков, общества в целом) в области качества. Этот подход должен распространяться на все аспекты деятельности организаций, в том числе это важно и для накопления человеческого капитала.

3. Рост конкуренции и прозрачность в экономике повышают риски компаний, связанные с трудовыми ресурсами. Это связано сразу с несколькими тенденциями. Во-первых, квалифицированным специалистам проще найти себе применение вне компании, что связано со снижением границ для перемещения трудовых ресурсов. Во-вторых, организации непрерывно увеличивают вложения в человеческий капитал, носителями которого остаются конкретные люди. Таким образом, вероятность потери квалифицированных специалистов повышается, а реализация этого риска приводит к большим потерям для организации, чем прежде. Сказанное делает задачу повышения эффективности реализации человеческого капитала с точки зрения персонала одной из ключевых для современных компаний.

4. Изменчивость внешних условий, характерная для современного этапа развития экономики, требует от организаций умения быстро адаптироваться. Оценка использования и, основанное на ее результатах, управление человеческим капиталом – это один из наиболее гибких инструментов изменения организации.

5. Постиндустриальная экономика предполагала возрастание доли добавочной стоимости, создаваемой трудовыми ресурсами. Переход к креативной экономике продолжает эту тенденцию. Следовательно, повышение эффективности трудовой деятельности – это важнейший аспект конкурентоспособности компании. Решение данной задачи невозможно без регулярной оценки реализации человеческого капитала.

Трудовая деятельность в любой организации – это процесс, в который различными способами включено множество заинтересованных сторон. Некоторые из них, например, персонал, являются непосредственными участниками процесса, другие, в первую очередь потребители, используют конечный результат труда, третьи, например местные жители, могут испытывать влияние косвенных эффектов. По этой причине к реализации человеческого капитала организации целесообразно применять подход, основанный на стремлении к удовлетворению требований различных заинтересованных сторон. Он позволит усилить синергетический эффект, возникающий в результате применения концепции TQM, причем в отраслях креативной экономики это будет проявляться в наибольшей степени.

Изменения в экономике, наблюдаемые сегодня, ведут к усилению значимости человеческого капитала и креативных способностей сотрудников организаций. Это делает необходимым использование новых инструментов управления качеством. Частью этого механизма должна стать оценка реализации человеческого капитала.

Достижение целей, требующих большого объема человеческого капитала, само по себе способствует его накоплению. Аналогично и с деятельностью в области менеджмента качества, реализация принципов концепции всеобщего управления качеством (TQM) требует привлечения человеческого капитала. При этом существует и обратная связь: накопленный человеческий капитал способствует более полному раскрытию основных положений концепции TQM, что способствует дальнейшему накоплению человеческого капитала и непрерывному развитию менеджмента качества.

Кроме понятия «человеческий капитал», встречаются и другие понятия, отражающие реализацию человеческого капитала. Однако, как правило, они рассматривают его применение с точки зрения одной из заинтересованных сторон, в то время как таких сторон несколько. Это делает возможной ситуацию, когда одна сторона воспринимает степень реализации человеческого капитала как высокую, а другая видит ее недопустимо низкой. Сказанное нисколько не принижает важность исследований, рассматривающих отдельные стороны использования человеческого капитала. Напротив, в основе разработки методических подходов к оценке реализации человеческого капитала лежит синтез существующих взглядов на отдельные составляющие трудовой деятельности.

Развитие системы менеджмента качества на основе концепции TQM предполагает переход к следующей ступени эволюции управления качеством – концепции качества жизни и качества человека [2]. Данный переход сопровождается движением от модели, основанной на потребительском выборе (homoeconomicus) к модели (homocreator).Она предполагает формирование экономики, основанной на знаниях и наукоемких отраслях [1. С. 9-11]. Это направление развития управления качеством совпадает с изменением мировой экономики, в которой приобретают особое значение 3 элемента креативного человека: компетентность, умения творчески мыслить и мотивации.

В современной методологии менеджмента качества созданы все условия для эффективной реализации человеческого капитала – знаний, практических навыков, опыта, творческих и мыслительных способностей, моральных ценностей, культурных особенностей людей.

Накопление человеческого капитала важно для отдельного индивида, компании и страны. Это связано с тем, что он способствует повышению качества жизни. Его использование порождает ряд взаимосвязанных экономических и социальных эффектов. Экономический эффект от использования человеческого капитала состоит в повышении производительности и других характеристик труда. Социальный эффект – это повышение удовлетворенности носителей человеческого капитала, то есть персонала. Так как основным стимулом накопления человеческого капитала для людей и компаний являются создаваемые им

эффекты, необходимо постоянно анализировать и оценивать реализацию человеческого капитала.

Соблюдение современных принципов менеджмента качества, основанных на лидерстве руководства, вовлеченности персонала, процессном подходе, непосредственно связаны с реализацией человеческого капитала и получением синергетических эффектов, связанных с гармонизацией требований потребителей и других сторон, заинтересованных в качестве (в частности, собственников и коллектива предприятий).

Также важно отметить, что сегодня заинтересованные стороны в области качества, связанные с деятельностью организации, образуют устойчивую сеть взаимоотношений. Эти связи чрезвычайно важны и часто носят противоречивый характер. Действие любой из сторон влияет на качество жизни других. По этой причине в менеджменте качества особую роль приобретают инструменты гармонизации отношений. Оценка реализации человеческого капитала должна помочь решить эту задачу.

Оценка реализации человеческого капитала в системе менеджмента качества может выражаться в следующих показателях: оценки реализации человеческого капитала отдельных заинтересованных сторон, общая оценка реализации человеческого капитала, дисбаланс удовлетворенности заинтересованных сторон, демонстрирующий степень неравенства выполнения их требований.

Проблемы реализации человеческого капитала и его оценки приобретают особую актуальность в условиях четвертой промышленной революции, предполагающей кардинальные и системные изменения уже к 2030 году. Эти изменения можно распределить по трем блокам: физическому, цифровому и биологическому [5. С. 27-37].

Физический блок включает: беспилотные транспортные средства, 3D-печать, передовая робототехника, новые материалы.

Интернет вещей или «Интернет всех вещей» является связующим звеном между физической и цифровой реальностью, который определяет четвертую промышленную революцию и содержание цифрового блока. В общем виде он определяется взаимодействием между вещами (продуктами, услугами, местами и т.д.) и людьми, которое обеспечивается взаимосвязанными технологиями и различными платформами.

Биологический блок определяется потрясающими инновациями в биологической сфере (секвенирование генома, развитие синтетической биологии и т.д.).

Реализация принципа постоянного совершенствования в менеджменте качества предполагает ориентацию на инновации в этих областях, что представляет сложный социальный процесс, направленный на благие результаты, связанные с обеспечением качества жизни.

В этих условиях необходимо проведение работ по оценке реализации человеческого капитала, направленных: на повышение удовлетворенности нескольких сторон, заинтересованных в качестве; снижение вероятности появления противоречий между ними, непрерывное совершенствование системы менеджмента качества, повышение устойчивости и конкурентоспособности пред-

приятия и повышение качества жизни людей, как нового этапа эволюции управления качеством, в условиях четвертой промышленной революции.

Список литературы

1. *Максимцев И.А.* Основы наукоемкой экономики (Знания –Креативность – Инновации): Учебник. М.: Креативная экономика, 2011.

2. *Окрепилов В.В.* Эволюция качества. СПб.: Наука, 2008.

3. *Кудрявцева О.В.* Теоретические подходы к определениям «человеческий капитал человека», «трудовые ресурсы», «рабочая сила» // Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. 2012. Т. 1. №1. С. 31-38.

4. *Шкитырь Э.А.* Исторические аспекты теории человеческого капитала // Креативная экономика. 2012. №7. С. 92-97.

5. *Шваб К.* Четвертая промышленная революция / Пер. с англ. М.: Изд-во «Э», 2017.

УДК 338.24

Туманов Константин Михайлович
Маркова Екатерина Александровна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА РФ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы связанные проблемами качества жизни населения Дальневосточного региона РФ. Развитие Дальнего Востока это задача, которая всегда являлась одной из важных для правительства. На Дальнем Востоке существует множество экономических проблем. Но главная из этих проблем это многолетний масштабный отток населения из региона, который связан с низкими заработными платами, слишком высокими ценами на жилье, недостаточной комфортностью условий жизни и общей неустойчивостью социально-экономической ситуации. Решение этих проблем приведет к повышению качества жизни населения Дальнего Востока.

Ключевые слова: качество жизни, развитее Дальнего Востока РФ, статистические показатели качества, отток населения.

Tumanov Konstantin, M.
Markova Ekaterina, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE QUALITY OF LIFE OF THE POPULATION ON THE EXAMPLE OF FAR EAST REGION OF RUSSIA

Abstract. The article discusses issues related to problems in the quality of life population of the far Eastern region of Russia. The development of the Far East is a task which has always been one of the most important for the government. In the Far East there are many economic problems.

© Туманов К.М., Маркова Е.А, 2017

But the most important of these problems long-term large-scale Exodus from the region, which is associated with low wages, too high housing prices, lack of comfortable conditions of life and the General instability of the socio-economic situation. The solution to these problems will improve the quality of life of the population of the Far East.

Keywords: quality of life, the development of the Far East of the Russian Federation, statistical quality indicators, the Exodus.

Качество – это совокупность свойств и характеристик продукции, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности. Достижение желаемого качества, в том числе и качества жизни, зависит от различных факторов, в частности, таких как развитие экономики, социальной сферы, образования, здравоохранения, и как результат увеличение продолжительности жизни.

Качество жизни – это такое понятие, которое используется в социологии, экономике, политике, медицине, образовании и некоторых других областях, обозначающее оценку некоторого набора условий и характеристик жизни человека, обычно основанную на его собственной степени удовлетворенности этими условиями и характеристиками. Оно включает также такие объективные и субъективные факторы, как состояние здоровья, ожидаемая продолжительность жизни, доступность образования, условия окружающей среды, питание, бытовой комфорт, социальное окружение, удовлетворение культурных и духовных потребностей, психологический комфорт и т.д. и т. п.

В.В. Окрепилов отмечает: «Качество жизни и уровень удовлетворенности этим качеством определяются ценностями, субъективно устанавливаемыми человеком исходя из того, насколько его потребности были удовлетворены (например, качество товаров и услуг)» [1. С. 5].

Качество жизни – универсальный критерий для оценки состояния основных функций человека: физических, психических, социальных и духовных. В последние годы повышение качества жизни становится приоритетным направлением в социальной политике государства.

Дальний Восток является регионом, который государство устами первых лиц провозгласило приоритетным в региональной стратегии развития страны. Дальневосточный регион пока так и не вырвались вперед в общем рейтинге темпов развития субъектов Российской Федерации.

Развитие Дальнего Востока является одной из приоритетных задач для нашего государства. Плохо развитая инфраструктура, суровые климатические условия и другие причины были помехой развития 40% территории РФ. На Дальнем Востоке существует множество экономических проблем. Но главная из этих проблем это многолетний масштабный отток населения из региона, который связан с низкими заработными платами, слишком высокими ценами на жилье, недостаточной комфортностью условий жизни и общей неустойчивостью социально-экономической ситуации [2].

Хотя формальные статистические показатели уровня и качества жизни населения Дальнего Востока выглядят удовлетворительно, они не совсем отражают реальную картину положения дел. Современное отставание реального уровня потребительских расходов на душу населения на востоке страны от среднероссийских показателей можно оценить в 20-25%, при этом, учитывая гораздо более высокие цены на товары и услуги в пределах Дальнего Востока. Более того, если учесть еще и разницу между затратами жителей востока и запада страны на поездки личного характера, отставание населения Дальнего Востока в уровне потребления превысит 30%. В результате среднедушевой розничный товарооборот на Дальнем Востоке меньше среднего по России на 30-40%, качество жилищного фонда ниже среднего показателя по России на 14% [2].

Подобная ситуация просматривается и в других сферах. При сравнении численности населения на 1 января 2016 года и 1 января 2015 года можно сделать вывод, что численность сократилась:

- в Хабаровском крае на 0,35% (- 4695 чел.),
- в Амурской области на 0,51% (- 4103 чел.),
- в Еврейской АО на 1,32% (- 2228 чел.),
- в Приморском крае на 0,22% (- 4346 чел.),
- в Сахалинской области на 0,2% (- 972 чел.),
- в Магаданской области на 1,21% (- 1796 чел.),
- в Камчатском крае на 0,3% (- 941 чел.),
- в Чукотском АО на 0,77% (- 390 чел.).

При этом значительная доля потерь пришлась на людей трудоспособного возраста и высокой квалификации.

Проблема оттока населения тесно связана с тем, что у значительной части жителей Дальнего Востока преобладают негативные ожидания относительно своего будущего и будущего территорий, где они проживают. Кроме того, следует отметить высокий уровень недоверия населения к действиям властей, даже если эти действия нацелены на решение важных проблем и в целом обеспечивают неплохие результаты. Следствием подобных взглядов на жизнь становятся как усиление миграционных настроений, так и ослабление трудовых мотиваций. Именно продолжающееся снижение численности населения Дальнего Востока и делает эту часть России наиболее уязвимой в геополитическом плане. Огромный размер восточных территорий совместно с низкой плотностью населения, а также наличие богатых минерально-сырьевых ресурсов и других потенциальных возможностей создают системное напряжение, особенно с точки зрения международной конкуренции за неосвоенные пространства.

Кроме того, усиливается разрыв между восточными регионами и остальной территорией России. Экономическое и социальное пространство страны становится все менее единым. Рынки двух частей государства пересекаются весьма незначительно, а их взаимосвязи слабы.

При анализе сложившейся ситуации с оттоком населения можно сделать следующий вывод: в настоящее время наблюдается стабильная тенденция по оттоку населения с Дальнего Востока в европейскую часть страны. При этом, в обратном направлении едут в основном трудовые мигранты из Средней Азии. Причина такого положения дел заключается в отсутствии доступного жилья и недостаточном количестве рабочих мест с достойной зарплатой. На наш взгляд, необходимо создать более благоприятные условия жизни для людей на этой территории и/или привлечь людей различными программами занятости, например, на постройку заводов, дорог и т.п. объектов. Также можно освободить население от части налогов, при условии определенного периода проживания. Так как цены на жилье в регионе завышены примерно в 1,5 раза, то, наш взгляд, эту проблему можно решить путем существенного увеличения объемов строящего жилья, в том числе с привлечением средств по льготной ипотеки. Причем нужно как можно больше строить недорогого и качественного малоэтажного жилья. Строительство жилья для «подтопленцев» в 2015 году показало, что и на Дальнем Востоке можно строить такое жилье по цене в 30-40 тысяч рублей за один квадратный метр.

По нашему мнению, существует несколько путей для решения этой главной проблемы Дальнего Востока. Чтобы предотвратить массовый отток населения с данного региона, на наш взгляд необходимо:

- активизировать экономическую и социальную жизнь региона;
- установить контроль над тарифами (на электроэнергию, на воду, на проезд и т.п.);
- ввести дешевую ипотеку, при этом компенсировать оплату первоначального взноса в полном объеме из федерального бюджета, в том числе и частичном погашении ипотеки на определенных условиях;
- увеличить количество бюджетных мест в высших учебных заведениях, а также ввести уникальные образовательные программы, по которым обучение будет осуществляться только на территории данного региона;
- организовать для выпускников стажировку на предприятии с последующим трудоустройством;
- ввести отсрочку от призыва в армию для молодых специалистов.

Только общими усилиями можно решить проблему оттока населения. Как только снизится отток населения, то можно надеяться на усиленное развитие Дальнего Востока, а отсюда и России в целом.

Список литературы

1. *Окрепилов В.В.* Теория и практика взаимосвязи категорий «хорошая жизнь» и «качество жизни» / *В.В. Окрепилов, В.Л. Квинт* // Новая экономика России: Сб. докл. науч. форума «Наука и общество. Новые технологии для новой экономики России», СПб., 30 сент. – 4 окт. 2013 г. / Под общ. ред. *В.В. Окрепилова*. – СПб.: ИСЭРТ РАН, 2013.

2. *Пономарев С.В., Лоскутникова Е.А., Евсеева М.С., Тетерина К.А.* Отток населения как одна из главных экономических проблем Дальнего Востока // Молодой ученый. 2016. №9. С. 689-692.

УДК 334.7

Фадеева Наталья Владимировна
Левшина Виолетта Витальевна
Сибирский государственный
аэрокосмический университет
имени академика М.Ф. Решетнева

ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ: ПОНЯТИЕ, РОЛЬ И МЕСТО В МЕНЕДЖМЕНТЕ КАЧЕСТВА УСЛУГ

Аннотация. В статье рассмотрены основные дефиниции организационно-управленческих инноваций, показана их роль и место менеджменте качества услуг, приведены статистические данные относительно организаций, осуществлявших организационные инновации в Российской Федерации в 2013-2014 гг.

Ключевые слова: организационно-управленческие инновации, сфера услуг, услуги, менеджмент качества услуг.

Fadeeva Natalya, V.
Levshina Violeta, V.
Reshetnev Siberian State
Aerospace University

ORGANIZATIONAL AND MANAGERIAL INNOVATIONS: DEFINITION, ROLE AND PLACE IN QUALITY MANAGEMENT SERVICES

Abstract. In the article the basic definition of organizational and managerial innovations, shows their role and place of management of the quality of services, provides the statistical data on the organizations implementing organizational innovations in the Russian Federation in 2013-2014.

Keywords: organizational and managerial innovations, services sector, services, quality management services.

Сфера услуг – динамично развивающаяся и активно меняющаяся в складывающихся экономических условиях часть экономики любого государства. В экономически развитых странах доля сферы услуг в валовом внутреннем продукте (ВВП) составляет порядка 70-80%, доходя в некоторых государствах до 95%. Примером такой страны является княжество Монако [1]. Российская Федерация (РФ), являясь шестой экономикой среди стран мира по объему ВВП, исходя из паритета покупательской способности, и двенадцатой по номинальному ВВП (по данным 2015 года) до сих пор отнесена к развивающимся странам [2]. Развивающиеся страны, как известно, имеют в своем ВВП долю сферы услуг около 40-50%. Структура российской экономики за последние десятилетия не претерпела существенной трансформации. Сфера услуг в структуре выпуска по видам экономической деятельности сегодня в РФ составляет порядка 57-58% (табл. 1 [3]). Нами в эту сферу отнесены строительство; оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых из-

© Фадеева Н.В., Левшина В.В., 2017.

делий и предметов личного пользования; гостиницы и рестораны; транспорт и связь; финансовая деятельность; операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг; государственное управление и обеспечение военной безопасности, социальное страхование; образование; здравоохранение и предоставление социальных услуг; предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг.

Таблица 1

Структура выпуска по видам экономической деятельности, % [3]

Виды экономической деятельности	2011	2012	2013	2014	2015
Выпуск в основных ценах в том числе по видам экономической деятельности:	100	100	100	100	100
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	3,7	3,4	3,5	3,8	4,2
рыболовство, рыбоводство	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3
добыча полезных ископаемых	7,3	7,4	7,3	7,2	7,7
обрабатывающие производства	24,8	24,4	24,6	24,6	25,3
производство и распределение энергии, газа и воды	5,8	5,2	5,3	5,2	5,1
строительство	7,7	7,9	7,4	7,1	6,4
оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов и предметов личного пользования	14,0	13,9	13,7	13,8	13,4
гостиницы и рестораны	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0
транспорт и связь	8,4	8,6	8,5	8,3	8,2
финансовая деятельность	2,8	3,1	3,4	3,6	3,2
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	11,8	12,0	11,9	12,0	12,2
государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование	6,0	6,4	6,7	6,5	6,3
образование	1,9	1,8	1,8	1,8	1,7
здравоохранение и предоставление социальных услуг	2,8	2,8	2,9	3,0	3,2
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5
деятельность домашних хозяйств	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4
Доля сферы услуг в структуре выпуска по видам экономической деятельности	57,7	58,9	58,8	58,6	57,1

Одним из драйверов роста современной российской экономики в сфере услуг может стать внедрение организационно-управленческих инноваций в менеджмент качества сервисных предприятий, уровень использования которых в нашей стране остается крайне низким, о чем свидетельствуют индикаторы инновационной деятельности [4]. Удельный вес организаций, осуществлявших организационные инновации, в общем числе организаций по видам экономической деятельности согласно [4] (сборник оперирует данными 2013-2014 гг.) составил всего 3,1% в 2013 г. и 3,0% в 2014 г., максимальная доля из которых приходится на производство летательных аппаратов, включая космические, – 16,8% и 13,8% соответственно. Ситуация в сфере услуг, связанная с осуществлением организационных инноваций в целом такая же как и в производственной сфере. На сегодняшний день статистически зафиксированы такие виды экономической деятельности как связь, деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий, научные разработки, предоставление прочих видов услуг, в которых использовались организационные инновации. Удельный вес организаций, осуществлявших организационные инновации, в общем числе организаций по видам экономической деятельности в сфере услуг составил 2,6% в 2013 г. и 2,7% в 2014 г. (табл. 2). Флагманом в сфере услуг, осуществляющим организационные инновации, является сектор научных исследований и разработок – удельный вес организаций составил 7,9% в 2013 г. и 8,7% в 2014 г., далее идет сектор связи – 4,3% и 4,5% соответственно, сектор деятельности, связанный с использованием вычислительной техники и информационных технологий, занимает третье место – 2,4% и 2,1%. Остальные виды услуг отнесены в разряд прочих и удельный вес организаций, осуществлявших организационные инновации, в нем составил 1,3% как в 2013 г., так и в 2014 г.

Таблица 2

Удельный вес организаций, осуществлявших организационные инновации, в общем числе организаций по видам экономической деятельности, %

(составлено автором по данным [4])

Виды экономической деятельности	2013	2014
Добывающие, обрабатывающие производства, производство и распределение электроэнергии, газа и воды	3,1	3,0
Связь, деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий, научные разработки, предоставление прочих видов услуг	2,6	2,7

Согласно «Рекомендациям по сбору и анализу данных по инновациям. Руководство Осло» [5, 6], используемым Федеральной службой статистики [7] в своей работе [8], инновация есть введение в употребление какого-либо нового или значительно улучшенного продукта (товара или услуги) или процесса, но-

вого метода маркетинга или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связях. Различают четыре типа инноваций: продуктовые, процессные, маркетинговые и организационные [5-6, 8]. Ниже рассмотрим понятие организационных инноваций с позиций этих документов, являющихся предметом изучения настоящей статьи.

Организационная инновация есть внедрение нового организационного метода в деловой практике фирмы, в организации рабочих мест или внешних связях [5].

Организационные инновации – это реализация нового метода в ведении бизнеса, организации рабочих мест или организации внешних связей [8].

Инновации организационно-управленческие – нововведения в системе управления организацией, связанные с оптимизацией организации – управленческой подсистемы, систем и методов управления производственно-технологической, финансово-экономической, социально-кадровой, логистической и информационно-коммуникационной подсистемами организации [9].

Организационно-управленческие инновации – это изменения в системе управления компанией для достижения целей ее функционирования и развития, т.е. изменения в системе управления компанией с целью повышения эффективности функционирования и конкурентоспособности компании [10].

По мнению О.Н. Киселевой [11], организационно-управленческие инновации могут представлять собой как «точечные» изменения в действующей системе управления в виде оптимизации отдельных функций и процессов, так и кардинальные нововведения в виде полной перестройки управляющей системы, не имеющей места ранее на данном предприятии. Далее О.Н. Киселева в своей работе [12] приводит ряд дефиниций зарубежных авторов, таких как Гэри Хэймел (Gary Hamel), который рассматривает организационно-управленческие инновации как «отступление от привычных, сложившихся принципов, процессов и методик управления, что отражается на работе менеджеров», Джулиана Биркиншау (Julian Birkinshaw) и Майкла Мола (Michael Mol), которые определяют организационно-управленческие инновации как «внедрение новых практик, процессов и структур, представляющих собой значительный отрыв от текущих норм».

Список литературы

1. 20 стран мира с наибольшей долей сферы услуг в структуре ВВП [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://geographyofrussia.com/20-stran-mira-s-naibolshej-dolej-sfery-uslug-v-strukture-vvp/ (дата обращения 14.02.2017).

2. Международный валютный фонд. База Данных Перспектив Развития Мировой Экономики [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.imf.org Доклад для отдельных стран и субъектов (дата обращения 14.02.2017).

3. Россия в цифрах. 2016: Крат. стат. сб. / Росстат. М., 2016. 543 с. С. 185-186. Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2016/rusfig/rus16.pdf (дата обращения 14.02.2017).

4. Индикаторы инновационной деятельности: 2016: Статистический сборник [Электронный ресурс] / *Н.В. Городникова, Л.М. Гохберг, К.А. Дитковский* и др.; Нац. Исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2016. 320 с. С. 227-240. Режим доступа: https://www.hse.ru/data/2016/03/21/1128209282/Индикаторы%20инновационной%20деятельности%202016.pdf (дата обращения 14.02.2017).

5. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. Руководство Осло [Электронное издание]. 3-е изд., совм. публикация ОЭСР и Евростата. М., 2006. 191 с. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/ (дата обращения 14.02.2017).

6. *Карлик А.Е.* Организационно-управленческие инновации в крупных хозяйственных структурах / *А.Е. Карлик, В.В. Платонов, М.В. Тихонова, Е.Э. Соколова, О.С. Павлова.* СПб.: Изд-во: СПбГЭУ, 2016. 150 с.

7. Федеральная служба государственной статистки [Электронный ресурс] // Официальный сайт [web-сайт]. Режим доступа: http://www.gks.ru/ (дата обращения 14.02.2017).

8. Об утверждении формы федерального статистического наблюдения № 4-инновация «Сведения об инновационной деятельности организации» [Электронный ресурс]: приказ: [принят Федеральной службой государственной статистики (Росстат) 25 сентября 2015 г.]. №442. М., 2015. Режим доступа: http://www.gks.ru/form/Form24/p442_2015.doc (дата обращения 14.02.2017.

9. Толковый словарь «Инновационная деятельность». Термины инновационного менеджмента и смежных областей (от А до Я): [Электронный ресурс]. 2-е изд., доп. Новосибирск: Сибирское научное издательство. Отв. ред. В.И. Суслов. 2008. Режим доступа: http://innovative_activities.academic.ru/150/Инновации_организационно-управленческие (дата обращения 14.02.2017).

10. Модернизация экономики на основе технологических инноваций [Электронный ресурс] / *А.Н. Асаул, Б.М. Капаров, В.Б. Перевязкин* [и др.]. СПб. : АНО ИПЭВ, 2008. 606 с. С. 70. Режим доступа: http://lib.i-bteu.by/bitstream/handle/22092014/47/Глава%20--1.pdf?sequence=2&isAllowed=y (дата обращения 14.02.2017).

11. *Киселева О.Н.* Автоматизация системы управления отечественными предприятиями на основе организационно-управленческих инноваций // Вестник Пермского университета. Экономика. Вып. 3(26). С. 126-136.

12. *Киселева О.Н.* Оптимизация системы управления отечественными предприятиями на основе организационно-управленческих инноваций // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2015. №3. С. 32-35.

УДК 378.1:001.895

Четыркина Наталья Юрьевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ВУЗОВ В РОССИИ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. Данная статья посвящена вопросу модернизации образования в России в основе, которой лежит создание механизма устойчивого развития системы образования. Проведённое исследование позволяет утверждать, что стратегия, ориентированная на инновационное развитие, удовлетворение современных образовательных и интеллектуальных потребностей личности, экономическое, социальное и духовное развитие российского общества, должна обеспечить устойчивый и поступательный прогресс российских вузов.

Ключевые слова: модернизация образования; стратегия, ориентированная на инновационное развитие; инновации; управление инновационной деятельностью; инновационный процесс в образовании.

© Четыркина Н.Ю., 2016.

Chetyrkina Natalia, Y.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE DEVELOPMENT STRATEGY OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN RUSSIA: FEATURES AND PROSPECTS

Abstract. This article is devoted to an education modernization question in Russia in a basis which creation of the mechanism of a sustainable development of an education system lies. The carried-out research allows to argue that the strategy focused on innovative development, satisfaction of modern educational and intellectual requirements of the personality, economic, social and spiritual development of the Russian society, should provide steady and forward progress of the Russian higher education institutions.

Keywords: education modernization, the strategy focused on innovative development; innovations, management of innovative activity, innovative process in education.

Роль образования на современном этапе развития России определяется необходимостью преодоления опасности отставания страны от мировых тенденций экономического и общественного развития. Образовательная политика России, отражая общенациональные интересы в сфере образования и предъявляя их мировому сообществу, должна учитывать вместе с тем общие тенденции мирового развития, обуславливающие необходимость существенных изменений в системе образования.

Государственно-политические и социально-экономические преобразования конца XX века оказали существенное влияние на российское образование, позволив реализовать академическую автономию высших учебных заведений, обеспечить многообразие образовательных учреждений и вариативности образовательных программ, развитие многонациональной российской школы и негосударственного сектора образования.

Модернизация образования – это политическая и общенациональная задача. Интересы общества и государства в области образования не всегда совпадают с отраслевыми интересами самой системы образования, а потому определение направлений модернизации и развития образования не может замыкаться в рамках образовательного сообщества и образовательного ведомства. Активными субъектами образовательной политики должны стать все граждане России, семья и родительская общественность, федеральные и региональные институты государственной власти, органы местного самоуправления, профессионально-педагогическое сообщество, научные, культурные, коммерческие и общественные институты [1. С. 15].

Цель модернизации образования состоит в создании механизма устойчивого развития системы образования. Стратегические цели модернизации образования могут быть достигнуты только в процессе постоянного взаимодействия образовательной системы с представителями национальной экономики, науки, культуры, здравоохранения, всех заинтересованных ведомств и общественных организаций, с родителями и работодателями.

В процессе модернизации образования предстоит обеспечить, во-первых, его открытость как государственно-общественной системы и, во-вторых, переход от патерналистской модели к модели взаимной ответственности в сфере образования, к усилению роли всех субъектов образовательной политики и их взаимодействия. Необходимо создать единую систему образовательной статистики и показателей качества образования, сопоставимую с мировой практикой, а также систему мониторинга образования. Ближайшая цель – формирование оптимальной модели управления, в которой будут четко распределены и согласованы компетенция и полномочия, функции и ответственность всех субъектов образовательной политики, прежде всего – образовательных учреждений и органов местного самоуправления, региональных с федеральных управленческих структур.

Стратегия, ориентированная на инновационное развитие, удовлетворение современных образовательных и интеллектуальных потребностей личности, экономическое, социальное и духовное развитие российского общества, должна обеспечить устойчивый и поступательный прогресс российских вузов. Стратегической целью инновационных вузов является максимальное содействие решению задач модернизации национальной экономики в рамках реализации своих образовательных, научных и международных программ.

Общими стратегическими задачами каждого инновационно-ориентированного вуза должны быть:

– повышение качества образования и конкурентоспособности выпускников на российском и международном рынках труда;

– получение международного признания путём вхождения в число лучших вузов России и в международные рейтинги вузов;

– совершенствование организационных структур для улучшения процессов управления образовательной и научно-исследовательской деятельностью;

– предоставление студентам, магистрантам и аспирантам всех необходимых условий для получения качественного образования и ведения эффективной научной работы;

– осуществление научной деятельности в сфере фундаментальных и прикладных исследований;

– создание интегрированных структур с предприятиями и организациями с целью коммерциализации созданных инноваций;

– создание исследовательских институтов, научных центров и малых инновационных предприятий;

– применение эффективных методов финансирования исследований фундаментального и прикладного характера;

– разработка и внедрение инновационных технологий образовательного процесса, обеспечивающих существенный прорыв в улучшении его качества на базе широкого применения современных информационных и телекоммуникационных инноваций;

– повышение эффективности маркетинговой деятельности на базе своего образовательного, научного и инновационного потенциала;

– обеспечение реализации социальных программ, направленных на улучшение жилищных условий, укрепление здоровья, создание условий для полноценной жизни и личного развития преподавателей, сотрудников и студентов вузов;

– обеспечение эффективного менеджмента образовательного процесса с целью предоставления услуг самого высокого качества;

– активизация научного и образовательного сотрудничества с ведущими зарубежными университетами и научными центрами, международными организациями;

– расширение присутствия на международном рынке образовательных и научно-исследовательских услуг;

– вхождение в мировую экономику с конкурентоспособной научно-технической продукцией и образовательными технологиями;

– разработка системы мер по привлечению зарубежных источников финансирования научных исследований;

– систематическая модернизация технических средств и программно-информационного наполнения научно-образовательной среды;

– активизация пропаганды достижений в образовательной, научной и инновационной деятельности через участие в международных выставках, организацию интернет-конференций по научным, образовательным и методическим проблемам, в ведущих мировых изданиях;

– организация мониторинга научно-исследовательского и образовательного процесса на основе единства контроля, анализа и прогноза;

– развитие научного и инновационного потенциала вузов.

В статистическом сборнике «Научный потенциал вузов и научных организаций Минобразования (в настоящее время – Минобрнауки) России» даётся состав элементов научного потенциала.

К научному потенциалу, таким образом, относится вся совокупность научных кадров, материально-технических, финансовых, информационных и организационных средств, используемых в целях рзвития науки.

По определению ЮНЕСКО научный потенциал представляет собой совокупность наличных ресурсов, которыми располагает страна для научных открытий, изобретений и технических новшеств, а также для решения национальных и межнациональных проблем, выдвигаемых наукой.

Принципами формирования инновационной стратегии вузов являются:

– ориентация на достижение высокого качества, высокая ответственность перед потребителем образовательных услуг;

– поощрение творчества и риска, создание малых творческих групп, формирование условий для коллективного принятия решений;

– активное использование методов стратегического управления, маркетинга, участия каждого специалиста в обновлении и управлении образовательной организацией.

Развитие инновационной деятельности в высшей школе является одним из стратегических направлений в образовании. Вузы должны заниматься разработкой и осуществлением единой инновационной политики; определением системы стратегий, проектов, программ; ресурсным обеспечением и контролем

инновационной деятельности; подготовкой и обучением персонала; формированием целевых коллективов, групп, осуществляющих решение инновационных проектов, созданием инновационной среды.

Включение в образовательный процесс новых и перспективных информационных ресурсов, инновационных технологии и продуктов представляет собой содержание инновационной деятельности вуза.

Управление инновационной деятельностью – процесс сложный, многофункциональный, включающий разнообразную совокупность действий, среди которых: постановка стратегических и тактических целей, анализ внешней среды с учетом неопределенности, анализ инфраструктуры и возможностей вузов, диагностика реально сложившейся ситуации, прогнозирование будущего состояния рынка образовательных услуг, поиск источников творческих идей и их финансирования, формирование инновационного портфеля, стратегическое и оперативное планирование, управление научными и методическими разработками, совершенствование организационных структур, анализ и оценка эффективности инноваций, разработка стратегии и тактики инновационного маркетинга, диверсификация и управление рисками [2].

Результат инновационной деятельности – это конкретные изменения в объекте преобразований, качестве образовательной и научно-исследовательской деятельности. Качество инновационной деятельности вузов должно оцениваться на основе групп критериев: критерия качества преобразований, выражающемся в соотношении реальных результатов деятельности вуза с поставленными целями инновационной деятельности, моделью выпускника, государственными образовательными стандартами и т.д.; критерия эффективности, отражающего отношение достигнутых результатов к затратам времени, усилий, других ресурсов; критерия мотивации профессорско-преподавательского и студенческого состава.

Инновационный процесс в образовании – процесс совершенствования образовательной практики, развития образовательных систем на основе нововведений. Он отражает формирование и развитие содержания и организации нового. Логика инновационного процесса подчинена идее модернизации образовательной системы и отражает путь обновления образовательной системы, включающий выдвижение идеи, экспертизу новшества, его внедрение и корректировку, распространение нового опыта [3].

Под управлением инновационным процессом в вузах следует понимать определенным образом организованное взаимодействие управляющих и управляемых систем, направленное на оптимизацию и гуманизацию образовательного процесса, на повышение результата образования [4. С. 91].

Управление инновационными процессами многовариантно, предполагает сочетание стандартов и неординарности комбинаций, гибкость и неповторимость способов действия, исходя из конкретной ситуации.

В управлении инновационными процессами в образовании методами руководства инновационной деятельностью являются: методы формирования эффективно работающих творческих, исследовательских групп, эффективной системы коммуникаций; методы мотивации (стимулирование, создание креативно-

го поля, мотивирующий контроль); методы создания условий для профессионального роста преподавательского состава; методы регулирования социально-психологического климата в коллективе, формирования внутривузовской культуры, интегрирующие усилия в инновационного процесса в достижении целей развития вуза.

Инновационная инфраструктура предполагает функционирование центров и продвижения инноваций по различным направлениям. В качестве таковых могут выступать владельцы деловых процессов или специализированные организационные единицы. Наличие профессиональных центров создания и продвижения инноваций — необходимый элемент инновационной инфраструктуры вуза [5].

Инновации в структуре образовательного процесса должны адекватно отображать изменения в структуре последующей профессиональной деятельности, обосновываться реально сложившимися или прогнозируемыми тенденциями. Инновации в обеспечение внутренней и внешней мобильности означают предоставление студентам права конструировать свой учебный процесс и расписание занятий, осваивать ряд предметов, используя дистанционное обучение, а также освоить ряд курсов в вузах-партнерах как в России, так и за рубежом.

Внедрение инноваций в учебный процесс начинается с перехода к новым образовательным стандартам с одновременным сокращением числа специальностей. Основная задача, решаемая при этом преобразовании, – совместить фундаментальность подготовки с практическими знаниями. Инновационное содержание должно присутствовать в совмещении образования и научных исследований. Этот фактор может повысить уровень и качество преподавания и сделать студентов творческими специалистами на рынке труда.

Формирование оптимального набора образовательных технологий – актуальная проблема, влияющая на качество подготовки студентов. Под воздействием инновационных образовательных технологий и развития рыночных механизмов в России формируются и экономические инновации в области образования: новые механизмы государственного финансирования образования; диверсификация источников финансирования образования; студенческое самофинансирование; новые механизмы финансирования образования предприятиями; налоговое стимулирование инвестиций в сферу образования; новые механизмы оплаты труда в сфере образования.

Сегодня инновационное образование в России – это такое образование, которое способно к саморазвитию и которое создаёт условия для полноценного развития своих участников. Таким образом, инновационное образование – это развивающее образование. Сегодня требуется комплексный подход к инновационной образовательной стратегии учебного заведения, отражающий главную свою направленность – качественное обновление всей системы образовательной и научно-исследовательской деятельности [6. С. 97].

Таким образом, основными целями инновационного обучения можно считать: осознание будущим специалистом модели своей деятельности; развитие опыта профессиональной самореализации; подготовка к выполнению задач повседневной и экстремальной деятельности.

Список литературы

1. *Власов В.Б., Даргын-оол Ч., Кобелев Н.Н., Новикова Л.И., Сиземская И.Н., Федотова Н.Н.* Модернизация и глобализация: обзоры России в XXI веке / Под ред. *В.Г. Федотова*. М: ИФ РАН, 2008.

2. *Мазур З.Ф.* Управление инновациями: социально-образовательный аспект. – М.: Современник, 2001.

3. *Котлярова И.О.* Педагогическая инноватика. Челябинск: ЮУрГУ, 2005.

4. *Тодосийчук А.В.* Теоретико-методологические проблемы развития инновационных процессов в образовании. М.: ОРГСЕРВИС-2000, 2005.

5. *Репин В.В., Елиферов В.Г.* Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. 2-изд. М.: Стандарты и качество, 2005.

6. *Даурова М.Ш.* Организация педагогических условий инновационной деятельности государственных и негосударственных образовательных структур в их взаимодействии. Майкоп, 2004.

Раздел II
Государственное управление и местное самоуправление в современных условиях: проблемы повышения эффективности

УДК 334.7

Андреева Алла Викторовна
Генг Варвара Антоновна
Тверской государственный университет

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЁРСТВА В ЭКОНОМИКЕ (НА ПРИМЕРЕ ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ)

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению регионального опыта применения механизмов государственно-частного партнерства в решении социальных и экономических проблем Тверской области. Рассмотрен опыт реализации конкретных проектов ГЧП в различных сферах экономики на территории Тверского региона, где имеют место примеры вовлечения частного бизнеса в программы государственно-частного партнерства.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, инвестиции, концессионные соглашения, производственная инфраструктура, промышленные зоны, рейтинг регионов, технологические парки, промышленный округ.

Andreeva Alla, V.
Geng Varvara, A.
Tver State University

REGIONAL EXPERIENCE OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP APPLICATION (BY EXAMPLE OF TVER REGION)

Abstract. The article examines regional experience of public-private partnership mechanisms' application to solving social and economic problems of Tver region. The article analyses implementation of concrete PPP projects in various sectors of Tver regional economy, where private sector involvement in public-private partnership programmes takes place.

Keywords: public-private partnership, investments, concession agreements, production infrastructure, industrial area, rating of regions, technology parks, industrial district.

Современные мировые экономические реалии предполагают широкое использование довольно рационального канала вовлечения государством бизнес-структур в решение острых социально-значимых вопросов – использование частного капитала путём формирования государственно-частного партнерства

© Андреева А.В., Генг В.А., 2017.

(private & public partnership, далее ГЧП) активно используется за рубежом и по-прежнему находится в стадии становления в Российской Федерации [3. С. 93].

Лишь в середине 2015 г. был принят Федеральный закон №224-ФЗ от 13 июля 2015 г. «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [1].

Актуальность темы ГЧП возрастает из-за нерешенности как в теории, так и на практике, ряда спорных положений государственно-частного партнерства. Это касается, прежде всего, разграничения сфер и целесообразных пропорций участия государства в экономике, целевой недостаточной эффективности функционирования частного капитала в чистом виде; острой необходимости пересмотра и применения отдельных положений основополагающих теорий государственного регулирования; оптимизации государственного участия, острота которой всё больше возрастает в условиях дефицита бюджетного финансирования, вызванного кризисными явлениями современной экономики.

По мнению экспертов Центра развития государственно-частного партнёрства, с 2014 г.происходит сокращение государственных вливаний в инфраструктуру на 10%, а также снижение доступа к инвестициям в связи с введением санкций по отношению к финансовым институтам РФ[5. С. 3].

Следовательно, ГЧП становится чуть ли не единственным инструментом, позволяющим сбалансировать интересы публичных и частных партнеров для инвестирования в общественную инфраструктуру, что будет способствовать экономическому росту в современных условиях.

Сферы применения ГЧП в России довольно ограничены, и, как правило, российский опыт реализации ГЧП связан с проектами, имеющими инфраструктурный характер. За рубежом к типичным сферам реализации ГЧП принято относить транспорт, жилищно-коммунальное хозяйство, жилищное строительство, телекоммуникации, экологические проекты, финансовую сферу, социальную сферу – образование, культуру, здравоохранение. Приоритетными в России эксперты называют следующие направления частно-государственного взаимодействия:

- производственная и транспортная инфраструктуры (строительство и эксплуатация дорог, электрических сетей, портов, трубопроводов);
- жилищно-коммунальное хозяйство;
- финансирование научных исследований при наличии перспективы коммерциализации, и развитие инновационной инфраструктуры;
- профессиональное образование и система переподготовки кадров;
- здравоохранение и социальные услуги;
- информационно-консультационная поддержка предпринимательской деятельности.

Среди основных проблем и ограничений развития сферы ГЧП в РФ можно выделить:

- отсутствие комплексного стратегического целеориентированного подхода к планированию и развитию инфраструктуры;

- низкий уровень развития нормативно-правовой и методологической базы в сфере ГЧП;
- отсутствие системы управления сферой ГЧП на федеральном уровне и унифицированной модели на региональном и местном уровне;
- недостаточный уровень развития бюджетных и финансовых механизмов для эффективной реализации проектов ГЧП;
- низкий уровень развития рынка частных операторов и конкуренции в сфере ГЧП, в том числе по причине существующих правовых ограничений и барьеров.

Несмотря на все имеющиеся сложности, проекты с применением механизмов ГЧП все чаще реализуются, в том числе и в регионах.

Тверская область использует понятие ГЧП, признанное в мире. На практике складывается ситуация, когда ГЧП – это партнерские отношения бизнеса и власти, то есть государство стимулирует развитие бизнеса с помощью предоставления различных льгот, земельных участков.

В рейтинге регионов на 2016 г., составленным Центром развития государственно-частного партнёрства, Тверская область занимает 42 место по России и относится к регионам с низким уровнем развития ГЧП, т.е. находится на ранней стадии становления государственно-частного партнерства[5. С. 6].

При расчете регионального уровня развития ГЧП учитываются следующие факторы:

- институциональная среда в сфере ГЧП;
- опыт реализации проектов ГЧП;
- инвестиционная привлекательность региона.

До июля 2016 г. ГЧП в Тверской области осуществлялось на основании Закона Тверской области от 09 октября 2012 года N 86-зо «Об участии Тверской области в проектах государственно-частного партнерства», который был признан утратившим силу Законом Тверской области от 25.07.2016 N 51-ЗО, в настоящее время деятельность в сфере ГЧП регламентируется федеральным законодательством.

В составе Министерства экономического развития Тверской области создан отдел по работе с инвестиционными проектами и государственно частного партнёрства (7 человек), которое курирует вопросы сотрудничества в данной сфере. Это позволяет принципиально ускорить решение вопросов, связанных с реализацией проектов ГЧП, и минимизировать уровень бюрократических барьеров. Для максимальной эффективности взаимодействия с инвесторами осуществляется персональное сопровождение каждого проекта, которое сохраняется на всём протяжении разработки и реализации подобного проекта.

Рассмотрим опыт реализации конкретных проектов ГЧП в некоторых сферах экономики на территории Тверского региона Российской Федерации, имеют место быть пока немногочисленные примеры вовлечения частного бизнеса в программы государственно-частного партнерства.

Тверская область применила механизмы ГЧП в проекте – «Возрождение Тверских усадеб», направленном на сохранение уникального культурного наследия. В регионе порядка двухсот комплексов дворянских усадеб – часть из

них находятся в аварийном состоянии, подавляющее большинство – в неудовлетворительном. Тверской регион первым в Российской Федерации применил практику передачи памятников в доверительное управление.

Благоустройство и реконструкция Парка Победы г.Твери является результатом концессионного соглашения Администрации г. Твери и компании «Традиция», заключенного в июле 2016 г. сроком на 15 лет, стоимость работ в рамках этого соглашения составит 30 млн. 265 тыс.рублей.

Также механизмы ГЧП использовались в проектах формирования научно-технологических кластеров[2. С. 105] и инфраструктуры обслуживания трудовой миграции для Тверской области.

Тверским ИнноЦентром ведется работа по анализу и разработке региональных научно-производственных систем, формируемых на условиях ГЧП университетов и бизнес-сообщества в сфере инноваций с целью исследования и разработки механизма создания и развития региональных промышленных зон на основе использования механизма ГЧП.

На территории Тверской области функционирует программа развития промышленных округов. За последние несколько лет создана промышленная зона «Редкино», где разместились 5 предприятий с общим объемом инвестиций порядка 3 миллиардов рублей, создав тем самым более 400 новых рабочих мест.

С 2007 года в Калининском районе Тверской области при активном содействии администрации области ведется формирование промышленной площадки «Боровлево», состоящей из коммерческо-логистической площадки «Боровлево-1» и промышленной площадки ГЧП в регионах ЦФО «Боровлево-2», занимающие площади порядка 64–65 гектаров каждая. Это около 12 млрд. рублей инвестиций и свыше 3 тысяч рабочих мест на 13 новых предприятиях.

Технопарк «Кимры» имеет в качестве основного инвестора предприятие авиастроительного комплекса США, разместившее в этой зоне научные и конструкторские подразделения.

Параллельно с использованием механизма ГЧП создается крупный технопарк в г. Вышний Волочек. Кроме того, рассматривается возможность открытия еще 5 площадок, а в перспективе такие промзоны планируется создать в каждом муниципальном образовании Тверской области. Создание промышленных зон благоприятно влияет нарост инвестиционной привлекательности области, улучшение имиджа и повышение конкурентоспособности ее экономики за счет обеспечения инвестору максимально выгодных условий размещения производства по сравнению с другими регионами.

Больший интерес вызывает проект «Большое Завидово» – создание нового города с населением около 30 тысяч человек, состоящий их четырех зон разного уровня жилого фонда. Объем инвестирования в проект составляет более двух миллиардов долларов, сроки исполнения – 15-20 лет. Проектом предусмотрено строительство полутора миллионов квадратных метров жилья, детских садов и школ.

В Кувшиновском и Селижаровском районах Тверской области в процессе государственно-частного партнерства министерства природных ресурсов Твер-

ской области и домостроительного комбината «САТОМ» ведутся работы по открытию четырех новых природных заказников, которые пополнят перечень особо охраняемых природных территорий регионального значения в Тверской области.

Необходимо сказать, что для сохранения уникальных природных объектов в Верхневолжском регионе нередко используются механизмы государственно-частного партнерства. В перспективе расширение таких проектов уже с крупными компаниями федерального уровня, которые заинтересованы в сохранении экологии России.

В промышленной зоне «Лазурная», расположенной на окраине города Твери, открыт индустриальный парк, в котором находятся производственные мощности успешно работающей компании «ДКС». В 2011 г. руководством компании было принято решение о расширении индустриального парка на соседнюю территорию, располагающуюся в этой же промышленной зоне «Лазурная» на площади около 30 гектаров. Компания поддерживает партнерские отношения в создании нового индустриального парка с администрацией города и области, а также с Тверским государственным университетом.

Одним из лучших примеров ГЧП на территории Тверской области является сотрудничество с Госкорпорацией «Росатом» и Фондом содействия развитию муниципальных образований «Ассоциация территорий расположения атомных электростанций». Правительство Тверской области много лет эффективно сотрудничает с Калининской атомной станцией, которая зарекомендовала себя как постоянный участник и инициатор социально значимых проектов. Благодаря этому сотрудничеству атомград Удомля и весь район активно развиваются. В рамках сотрудничества бюджет Удомельского района получает серьезную финансовую поддержку, которая не снижается, несмотря на непростую ситуацию в экономике (до 100 млн.руб. дополнительных платежей в год). Данные целевые средства направлены на поддержку сельских поселений, учреждений культуры и образования, ремонт инфраструктуры и дорожной сети.

Ведется активное сотрудничество в сфере образования: ГБПОУ «Удомельский колледж» готовит специалистов по специальностям 13.02.03 Электрические станции, сети и системы и 13.02.01 Тепловые электрические станции для нужд Калининской АЭС в рамках целевого набора.

19 августа 2016 г. руководство Калининской АЭС и Удомельского городского округа подписали очередное соглашение о сотрудничестве в области развития территории. Предполагается, что будут созданы необходимые предпосылки для более эффективного функционирования частно-государственного партнерства, в том числе в сфере культуры, народного творчества, молодёжной политики и образования.

В ходе Российского инвестиционного форума «Сочи-2017», проходящего 27-28 февраля 2017 г., Председатель Правительства РФ Д.А. Медведев посетил стенд Тверской области, где были представлены несколько проектов. Проект комплексного развития территорий «Тверь Сити» нацелен на развитие привокзальной территории путём организации современного офисного и гостиничного пространства. Совокупный объём инвестиций составит 7,5 млрд. руб., предполагаемые сроки завершения – 2025 г., а также проект создания комплекса

«Тверь Экспо» для проведения крупных мероприятий. В совокупности оба проекта дадут жителям Тверского региона дополнительные 8 тысяч рабочих мест.

Рассмотрение опыта Тверской области в использовании механизмов ГЧП в решении актуальных вопросов позволяет сделать ряд выводов: во-первых, очевидно, что механизмы ГЧП недостаточно активно применяются, во-вторых, подавляющее большинство проектов работают в промышленной сфере, что объясняется стремлением получить быструю финансовую прибыль, в-третьих, явным препятствием на пути реализации является несовершенство законодательной базы, особенно на региональном уровне. Вышеуказанные проблемы требует активизации взаимодействия властных структур и бизнес сообщества, что будет содействовать устойчивому социально-экономическому развитию Тверского региона.

Список литературы

1. О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: федеральный закон N 224-ФЗ от 13 июля 2015 г.// Российская газета. 2015. 17 июля. С. 1.

2. *Генг В.А.* Институциональные формы развития трудового потенциала региона. Тверь: ООО «Лаборатория деловой графики», 2009. 132 с.

3. *Генг В.А., Андреева А.В.* Государственно-частное партнерство в сфере инноваций как фактор развития трудового потенциала территории // Технико-технологические проблемы сервиса. 2014. №4 (30). С. 89-94.

4. *Иванов С.А., Галенко В.П.* Инновационный потенциал предпринимательства как фактор развития хозяйственной системы // Проблемы современной экономики. 2012. № 1. С. 142-145.

5. Исследование «Развитие государственно – частного партнерства в России в 2015 – 2016 годах. Рейтинг регионов по уровню развития ГЧП» / Ассоциация «Центр развития ГЧП», Министерство экономического развития Российской Федерации. – М.: Ассоциация «Центр развития ГЧП», 2016. 36 с.

УДК 332.142 (078.8)

Бабкина Людмила Николаевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

КВАЛИМЕТРИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫМИ ПРОЦЕССАМИ

Аннотация. В статье предлагается использовать квалиметрический подход для оценки эффективности системы государственного управления региональными процессами. Подробно описываются и анализируются задачи и принципы реализации данного подхода, включая принципы уникальности, наличия слабого элемента, комплексности, сбалансированности,

© Бабкина Л.Н., 2017.

транспарентности, взаимообусловленности, ограниченности, адекватности, программно-целевой ориентированности, позволяющих комплексно и системно оценить состояние социально-экономических процессов в каждом регионе с использованием квалиметрического подхода. Также рассматриваются два метода сравнительного анализа уровня социально-экономического регионального развития. Обосновывается выбор методики ранжирования позиций как наиболее адекватной для предложенного исследования.

Ключевые слова: квалиметрический подход, эффективность государственного управления, социально-экономические процессы, региональные процессы, территориальные системы управления.

Babkina Lyudmila, N.
Saint-Petersburg State University of Economics

QUALIMETRIC EVALUATION OF REGIONAL PROCESSES PUBLIC ADMINISTRATION SYSTEM EFFICIENCY

Abstract. The article is devoted by qualimetric method using for performance evaluation of regional processes public administration system efficiency. The objectives and principles of this method implementation are specified and analyzed. These principles include uniqueness, weak unit availability, complexity, sustainability, transparency, interdependence, limitation, adequacy, target orientation. They allow performing integral evaluation of social and economic processes in every region using qualimetric method. This article presents two techniques of social and economic regional level comparison study. The item ranking techniques using is proved as the most proper one.

Key words: qualimetric method, public administration efficiency, social and economic processes, regional processes, territorial administration systems.

На наш взгляд, существенной проблемой разработки и функционирования любых территориальных систем управления, в том числе и региональных, является адекватная оценка результатов деятельности этих систем, которые проявляются, во-первых, в степени развития тех или иных социально-экономических процессов, во-вторых, в степени соответствия этого развития методологическим подходам и теоретическим принципам, являющимся научной базой систем управления в общем, и такой ее подсистемы как стратегическое управление, в частности.

Квалиметрический подход предполагает изучение какого-либо объекта исследования, в данном случае, территориальных социально-экономических процессов, с точки зрения возможности измерения или, иначе, оценивания качества этих процессов. В научной литературе считается, что конечной целью квалиметрии является разработка и совершенствование методик, с помощью которых качество конкретного оцениваемого объекта может быть выражено одним числом, характеризующим степень удовлетворения данным объектом общественной или личной потребности [1, 2, 3].

Отсюда, основными задачами применения квалиметрического подхода, по представлениям автора, являются следующие [4]:

1) сформировать перечень оценивания социально-экономических процессов, являющихся наиболее важными, во-первых, для формирования качества жизни населения, во-вторых, для повышения уровня социально-

экономического регионального развития и определяющих тенденции социально-экономического развития территории;

2) определить список сравниваемых территорий-регионов, для которых следует осуществить оценку степени внедрения методологических подходов и теоретических принципов;

3) разработать методику оценки уровня социально-экономического развития регионов;

4) установить ретроспективный период, отражающий динамику изменения каждого изучаемого социально-экономического процесса на региональном уровне управления;

5) провести оценку уровня социально-экономического развития регионов;

6) сформировать перечень методологических подходов и теоретических принципов и распределить их по признаку принадлежности к виду систем управления на три вида: общие, особенные и частные, степень внедрения которых является предметом исследования;

7) выбрать наиболее адекватные методики оценки, позволяющие получить, в конечном итоге, одно число, которое будет характеризовать качество развития всех социально-экономических процессов в регионе как единой, комплексной системы и степень внедрения методологических подходов и теоретических принципов;

8) привести в соответствие каждому исследуемому принципу один или несколько количественных показателей, наиболее адекватно отражающих степень его внедрения в региональные социально-экономические процессы;

9) сформировать методику проведения сравнительного анализа существующих позиций регионов по степени внедрения методологических подходов и теоретических принципов;

10) осуществить сравнительный анализ состояния социально-экономических процессов в выбранных регионах на основе использования методики ранжирования и оценить их позиции по степени внедрения каждого предлагаемого теоретического принципа;

11) провести обобщенную оценку степени внедрения выделенных трех групп и всех теоретических принципов социально-экономического развития регионов в целом;

12) предложить рекомендации по совершенствованию методик проведения квалиметрического анализа;

13) разработать предложения по совершенствованию стратегических программ и планов социально-экономического развития регионов с целью повышения качества жизни населения, уровня социально-экономического развития на основе более полного внедрения частично применяемых или вовсе не применяемых методологических подходов и теоретических принципов.

По нашему представлению, алгоритм решения каждой задачи можно представить в следующем виде.

Первая задача формирования перечня основных социально-экономических процессов, отражающих качество жизни населения и уровень социально-экономического развития, решалась с помощью использования ме-

тода разделения всех процессов на макроуровне управления по шести средам: политической, социально-экономической, культурной, природоохранной, демографической и научно-технической, которые характеризуются более 450 показателями ежегодной государственной статистической отчетности.

Вторая задача определения списка сравниваемых территорий заключалась в нахождении статистической отчетности по всем федеральных округам-регионам. Несмотря на то, что существует девять регионов, статистическая отчетность на ретроспективу более 12 лет, что является необходимым требованием для выявления трендов и использования статистических методов прогнозирования, существует лишь для семи из них – Центрального, Северо-Западного, Южного, Приволжского, Уральского, Сибирского и Дальневосточного. Для образованного в 2010 году Северо-Кавказского региона, а также Крымского федерального округа, который образовался в 2014 году, пока еще невозможно провести исследования.

Для решения третьей задачи – определить количественные показатели, отражающие состояние каждого социально-экономического процесса в регионе – была использована иная методика оценки, нежели, чем предлагаемая Министерством экономического развития РФ, которая содержит лишь 12 показателей. Нами предложен список из 29-ти показателей, отражающих основные процессы в социально-экономической сфере регионов и отвечающие основному требованию, которое предъявляет к ним автор данного исследования – позволять провести комплексную оценку социально-экономического развития каждого региона.

Четвертая задача – установление ретроспективы предполагает выбор определенного периода, позволяющего оценить динамику изменения количественных показателей.

Пятая задача – проведение оценки уровня социально-экономического развития регионов предполагает классификацию регионов на пять групп в зависимости от результата комплексной оценки. Так, по-нашему мнению, к первой группе относятся регионы с высоким уровнем развития (комплексная оценка от 1 до 1,5 рангов). Во вторую группу входят регионы с уровнем развития выше среднего (комплексная оценка от 1,6 до 3,0 рангов). Третья группа – это регионы со среднем уровнем развития (от 3,1 до 4,5 рангов), четвертую группу составляют регионы с уровнем развития ниже среднего (от 4,6 до 6,0 рангов) и, наконец, пятая – это регионы с низким уровнем развития (более 6 рангов).

Решение следующей – шестой задачи состояло в формировании теоретических принципов таких, как уникальность, наличие слабого элемента, комплексность, сбалансированность, транспарентность, взаимообусловленность, ограниченность, адекватность, программно-целевая ориентированность, позволяющих комплексно и системно оценить состояние социально-экономических процессов в каждом регионе с использованием квалиметрического подхода.

Эти принципы, на наш взгляд, следует объединить в три группы по признаку «принадлежность к виду системы управления»:

- первая группа включает общие принципы управления социально-экономическими процессами: комплексность; транспарентность; программно-целевая ориентированность;
- вторая группа – это особенные (специфические) принципы управления территориальными социально-экономическими процессами: сбалансированность; ограниченность; адекватность;
- третья группа состоит из частных принципов управления региональными социально-экономическими процессами таких, как уникальность, наличие слабого элемента, взаимообусловленность.

Решение седьмой из перечисленных задач заключалось в выборе наиболее адекватной методики сравнительного анализа из двух наиболее распространенных в научной литературе, первая из которых состоит в определении места или ранга территориального процесса, по сравнению с таким же процессом в одном или нескольких сравниваемых регионах. Такая методика ранжирования позиций регионов по конкретным количественным показателям в каждом отчетном году широко используется в государственной статистической отчетности Российской Федерации и позволяет получить аддитивную оценку состояния всех социально-экономических процессов в регионе в виде суммарного ранга. Если, например, сравниваются позиции семи регионов по десяти показателям, отражающим состояние десяти социально-экономических процессов, то наилучшая позиция будет охарактеризована суммарным рангом, равным 10, худшая позиция представляется рангом, равным 70. Такая разница в 60 рангов способствует более дифференцированной оценке состояния каждого региона, и предоставляет возможность выбрать в качестве нормативных те количественные величины, которые достигнуты в других регионах. Следует обратить внимание на то, что от двузначных и более величин, характеризующих позиции рангов по исследуемому перечню показателей эта методика позволяет перейти к однозначному выражению этой позиции от перового ранга до седьмого. В некоторой степени это снижает степень дифференциации позиции, но позволяет перейти к однозначной трактовке как это требует квалиметрический подход.

Вторая методика сравнительного анализа заключается в определении бальной оценки позиции регионов по сравниваемому количественному показателю. Как правило, в этой методике используются пятибалльная либо семибалльная шкалы, имеющие среднюю позицию или середину в виде трех или четырех баллов, соответственно. Пятибалльная шкала распространена в России при проведении соответствующих исследований, а семибалльная – за рубежом. Такая методика, на наш взгляд, в наибольшей мере подходит для исследования динамики развития социально-экономических процессов, когда один балл означает очень низкую или очень слабую степень развития, два балла – низкую или слабую степень развития, три балла – среднюю, четыре – высокую или сильную, а пять баллов – очень высокую или очень сильную степень развития. Согласно этой методике определяется интервал времени по каждому исследуемому показателю по всем регионам. Затем за весь анализируемый период выбираются минимальные и максимальные значения, достигнутые в регионах, разница которых представляет собой размах вариации этого показателя. Полу-

ченная величина размаха делиться на пять, в соответствии с пятибалльной методикой оценки, и определяется шаг интервала, а затем нижняя и верхняя границы для каждого интервала. Анализ проводится в виде распределения регионов по пяти интервалам от одного до пяти баллов в соответствии с количественными значениями показателя в каждом году из исследуемого периода. Таких распределений может быть несколько. Во-первых, для каждого года исследуемого периода, во-вторых, для любого года из середины или для последнего. В данном исследовании применяется методика ранжирования позиций, так как она рассматривается как более адекватная целям существующего исследования.

Следующая восьмая задача заключалась в научно обоснованном выборе для каждого оцениваемого принципа одного или нескольких статистических показателей как переменных величин, подлежащих ежегодному мониторингу и определению динамики – тенденции его развития, а затем и прогнозированию с целью повышения обоснованности критериев разработки и реализации стратегий территориального развития. Таких показателей было предложено 29, рассчитанных как удельные величины на основе данных государственной ежегодной статистической отчетности, предоставляемой Росстатом РФ.

Так, для принципов уникальности и наличия слабого элемента были использованы в качестве оценочных показателей базовые удельные показатели уровня социально-экономического развития регионов, отраслей социальной инфраструктуры, инновационной сферы, состояния окружающей среды и уровня правонарушений на душу населения: валовой региональный продукт; объем инвестиций в основной капитал; объем внешнеторгового оборота; финансовая обеспеченность региона; доля среднесписочной численности работников, занятых в малых предприятиях; уровень зарегистрированной безработицы; соотношение среднедушевых денежных доходов и величины прожиточного минимума; доля населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума (процентов) в общей численности населения; суммарный оборот розничной торговли, общественного питания и платных услуг; основные фонды отраслей экономики; коэффициент плотности автомобильных дорог; обеспеченность дошкольными и дневными образовательными государственными учреждениями; выпуск квалифицированных рабочих и выпуск специалистов высшими и средними государственными учебными заведениями; мощность врачебных амбулаторно-поликлинических учреждений; обеспеченность населения врачами и средним медицинским персоналом; добыча полезных ископаемых; обрабатывающие производства; производство и распределение электроэнергии, газа и воды; продукция сельского хозяйства; ввод в действие жилых домов; выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух; сброс загрязненных сточных вод в поверхностные водные объекты; число используемых передовых технологий; объем инновационных товаров, работ, услуг; число зарегистрированных преступлений.

Принцип комплексности можно определить по значению оценки уровня социально-экономического развития регионов в виде среднего ранга, рассчитанному как средняя арифметическая во всем 29-ти показателям, что позволяет отнести каждый регион к одной из пяти групп, выделенных в задаче

пять. Принцип транспарентности оценивается с помощью показателей, характеризующих внешнеэкономическую деятельность регионов РФ. Принцип взаимообусловленности определяется на основе показателей, характеризующих степень дотационности регионов России. Принцип ограниченности можно оценить на основе такого удельного показателя как размер валового регионального продукта на один рубль дотаций из федерального фонда финансовой поддержки субъектов РФ. Принцип адекватности предполагает осуществление оценки с использованием показателей: валовой региональный продукт на душу населения, численность работников государственных органов и органов местного самоуправления на одну тысячу человек населения, среднемесячная заработная плата работников в органах местного самоуправления, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций, отношение среднемесячной заработной платы работников в органах местного самоуправления к номинальной начисленной заработной плате работников организаций.

Список литературы

1. *Азгальдов Г.Г.* Квалиметрия – один из инструментов адаптации к рынку / *Г.Г. Азгальдов* // Экономика и коммерция. 1992. № 2. С. 37-42.

2. *Бабкина Л.Н.* Возможности применения квалиметрического подхода для исследования региональных социально-экономических процессов / *Л.Н. Бабкина, О.В. Скотаренко* // Микроэкономика. Москва. 2013. № 3. С. 34-37.

3. *Калейчик М.М.* Квалиметрия. М.: Московский государственный индустриальный университет, 2007. 200 с.

4. *Скотаренко О.В.* Методика количественной оценки реализации теоретических принципов управления регионом как социально-экономической системой на основе применения квалиметрического подхода / *О.В. Скотаренко* // Вестник МГТУ. 2013. Т. 16. № 2. С. 262-266.

УДК 338.242.2

Бачуринская Ирина Анатольевна
Веденеева Ольга Владимировна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ВЕРТИКАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ

Аннотация. В статье анализируются процессы вертикальной интеграции как инструмента внедрения инноваций. Рассматривается причины вертикальной интеграции на современном этапе развития российской экономики. Раскрыты основные факторы, влияющие на развитие вертикальной интеграции, и ее роль в процессе внедрения инновационных технологий.

Ключевые слова: инновации, вертикальная интеграция, фактор.

© Бачуринская И.А., Веденеева О.В., 2017.

Bachurinskaya Irina, A.
Vedeneeva Olga, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

VERTICAL INTEGRATION AS AN INSTRUMENT FOR IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS

Abstract. The article analyzes the processes of vertical integration as an instrument for introducing innovations. The reasons of vertical integration at the present stage of development of the Russian economy are considered. The main factors influencing the development of vertical integration and its role in the implementation of innovative technologies are revealed.

Keywords: innovations, vertical integration, factor.

Последние десятилетия XX века привели к формированию экономики, основанной на знаниях. Экономика знаний – это форма проявления постиндустриальной экономики [3. С. 118], в которой знания становятся одним из основных видов ресурсов [6. С. 161], а производство знаний является источником роста [2]. Значение имеет не только производство новых научных знаний, но и возможность их быстрого распространения, усвоения и практического применения. В развитых странах экономика становится всё более организованной по сетевому принципу с широким распространением сетевых структур и коммуникаций.

Основой концепции стратегии инновационного развития Российской Федерации является продвижение и поддержка высокотехнологичных производств, в этом же направлении движутся и большинство развитых стран, это обусловлено всестороннем анализом и пониманием глобальных инновационных процессов. Неуклонно растут объемы мирового рынка высоких технологий, и в 2016 году это показатель составил порядка 6 трлн. долларов, при этом объем рынка энергетических ресурсов составил 700 млн. долл., и по мнению многих аналитических агентств до 2020 года объем рынка высокотехнологичных производств должен удвоится и составить примерно 12 трлн. долларов.

Согласно данным Росстата, доля продукции высокотехнологичных и наукоёмких отраслей в ВВП России в 2005-2014 гг. находилась в пределах от 21,2% до 24,4% от ВВП [7]. В частности, в 2012 году, по данным Росстата, значение показателя составило 22,1%, по другим подсчётам – 3,2% от ВВП [8]. При этом в США, ЕС, Канаде, Японии и Южной Корее доля продукции высокотехнологичных и наукоёмких отраслей в ВВП за тот же период составила 39,7%, 30%, 29,8% и по 28,8% соответственно [9].

Несмотря на это, удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем числе организаций в России в 2008-2013 гг. принимал значения от 7,9 до 9,1%, в то время как, например, в Германии этот показатель в 2013 году составил 55% – одно из наивысших значений [1. С. 301). При этом в предпринимательском секторе науки России (в организациях, чья основная деятельность связана с производством товаров и услуг в целях продажи) задействовано менее 50%. В государственном секторе (организациях, обеспечивающие управление государством и удовлетворение потребностей общества в целом) – 33%, в секторе высшего образования (обра-

зовательных организациях высшего образования, НИИ, экспериментальных станциях, клиниках) – 20%. Для стран СНГ в среднем характерен ещё больший перекос в сторону государственного сектора: более 55%, при этом на предпринимательский сектор и сектор высшего образования приходится менее 25%. В странах с высокой инновационной активностью складывается обратная ситуация: на долю предпринимательского сектора в большинстве случаев приходится основная численность исследователей: в среднем более 60%, около 30% приходится на сектор высшего образования.

Основываясь на приведённых данных, можно сделать вывод о том, что Россия не реализует свой инновационный потенциал в полной мере, и одним из инструментов внедрения инноваций в технологический процесс может стать вертикальная интеграция.

Существует несколько путей возникновения инноваций:

- инициатива разработки исходит от предприятий «инноваторов», и в последующем внедряется в экономику;
- инициатива исходит непосредственно от потребителя, т. е. потребность в инновации создается экономикой.

Инновационной стратегии развития посвящено большое количество научных разработок, сформированы программы регионов по инновационному развитию, но в большинство разработок посвященных этому вопросу в основу положена территориальная принадлежность предприятий. В программах инновационного развития основополагающим фактором, объединяющим предприятия, является территория региона или другой административной единицы.

С учетом указанных статистических данных и работ, касающихся распространению информационных технологий и методологии развития вертикальной интеграции, на наш взгляд, крупные и вертикально интегрированные предприятия на инновационной стадии развития государства могут стать, тем финансовым и организационным механизмом способным дать точек к развитию и продвижению технологически новой продукции. Как было сказано ранее, инициаторами инновации могут являться как сами разработчики инновации, так потребители, здесь возникает проблема, связанная с обменом информацией между разработчиками и потребителями инноваций. Точнее, фирмы занимающиеся разработкой инновационной продукции не осведомлены о том, в каких именно разработках имеется потребность у потребителя, а следовательно возникают сложности при создании технологии, точно соответствующие ожиданиям потребителя. Одновременно с другой стороны, компаниям-разработчикам приходится достаточно сложно выводить на рынок свою продукцию, т.е. существует такая проблема как «отдел закупок», т.е. решение о приобретении того или иного продукта принимается не непосредственно потребителем, который бы мог оценить инновацию и получить инструмент для более эффективного решения производственных задач. Решение принимается отделом закупок, который не в состоянии определить эффект от инновации, но при этом опасается более высокой цены по сравнению с товарами, не имеющими инновационную составляющую.

Для обеспечения конкурентоспособности на ранке и использования инновационной продукции у предприятия есть два варианта:

- разрабатывать и самостоятельно внедрять новые технологические разработки – инновационно-ориентированная стратегия;
- купить инновацию у внешнего разработчика – инвестиционно-ориентированная стратегия.

Решение по данному вопросу зависит от того, насколько в компании близки к разработкам в области новевших мировых разработок. При этом вне зависимости от выбора стратегии компания должна стремиться к наиболее продвинутым технологиям, способным обеспечить максимальную производительность производственного потенциала предприятия.

Принятие решения о внедрении зависит также от того, насколько доступна информация об инновации и опыта работы с инновационными технологиями.

В соответствии со стратегией развития Российской Федерации, наше государство заинтересованно, чтобы предприятия выбирали инновационно-ориентированную стратегию, при этом инновации становятся в более важными, а следовательно повышаются требованию к уровню квалификации менеджеров и предпринимателей. Экономика постепенно переходит к инновационному равновесию, и как следствие происходит более жесткий отбор эффективных и успешных предпринимателей, а более слабые отсеваются.

Внедрение вертикальной интеграции способно существенно упростить переход от инвестиционно-ориентированной экономики к иновационно-ориентированной.

Деятельность компаний при внедрении принципов вертикальной интеграции осуществляется более эффективно по следующим причинам, приведенным ниже.

1. При вертикальной интеграции возможно снизить трасакционные затраты, связанные с заключением контрактов между сторонами.
2. Фактор неопределенности, вынуждает заключать контракты на небольшие сроки. При вертикальной интеграции отпадает необходимость заключения краткосрочных контрактов.
3. Оппортунистическое поведение поставщиков.
4. Сокращение транспортных издержек, за счет оптимального расположения производственных предприятий.
5. Сокращение эксплуатационных затрат, за счет размещения на одной территории технологически связанных процессов.

Однако, чем больше развиты рынки, как с точки зрения информационного обеспечения, так и с точки зрения, институциональной инфраструктуры, тем меньше вероятность вертикальной интеграции. Данная тенденция связана с проблемой оппортунистического поведения и согласуется с теорией трансакционных издержек, так как чем более развиты рынки товаров и услуг, тем проще найти партнера, который не будет нарушать своих обязательств.

На развитие вертикально интегрированных фирм влияет и значение параметра технологической связанности производств. Причем чем более технологически связаны производства, тем более вероятна вертикальная интеграция фирм.

В работе [4] продемонстрировано, что вертикально интегрированные фирмы лучше осуществляют имитацию технологий, а дезинтегрированные

фирмы лучше осуществляют инновации, вертикальная интеграция оказывает существенное влияние, причем положительное, на рост на начальных стадиях развития и отрицательное влияние на более поздних стадиях развития. Кроме того, влияет на данный процесс близость экономики к мировой технологической границе и сбалансированность развития экономики.

При этом существенное влияние оказывает уровень развития институциональной среды для развития процессов вертикальной интеграции. Так низкий уровень развития институциональной среды не позволит экономике приблизиться к мировой технологической границе и экономика будет стремиться быть более вертикально интегрированной, но это сыграет отрицательную роль на темпах роста вблизи мировой технологической границы. Так же и при несбалансированном развитии отраслей экономической системы вся система не сможет приблизиться к мировой технологической границе, так как экономика будет стремиться быть вертикально интегрированной. Кроме того, в работе [4] подтверждается гипотеза о различном влиянии вертикальной интеграции на экономический рост при разном уровне экономического развития. Порогом для оценки такого влияния отношение подушевого производства в стране по отношению к подушевому производству в США в размере 73%. В группу стран преодолевавших этот показатель входят Австрия, Бельгия, Канада, Дания, Швейцария, Ирландия, Исландия, Финляндия, Франция, Германия, Италия, Гонконг, Япония, Кувейт, Люксембург, Саудовская Аравия, Нидерланды, Норвегия, Швеция, Великобритания, Австралия. Израиль и Сингапур находятся близко к данному пороговому значению.

Таким образом, обобщая вышеизложенное, можно сделать следующие выводы:

1. На текущий момент Россия не реализует свой инновационный потенциал в полной мере, и одним из инструментов внедрения инноваций в технологический процесс может стать вертикальная интеграция.
2. Внедрение вертикальной интеграции способно существенно упростить переход от инвестиционно-ориентированной экономики к иновационно-ориентированной.
3. Чем больше развиты рынки конкретных товаров и услуг, как с точки зрения информационного обеспечения, так и с точки зрения, институциональной инфраструктуры, тем меньше вероятность вертикальной интеграции.
4. На развитие вертикально интегрированных фирм влияет и значение параметра технологической связанности производств. Причем чем более технологически связаны производства, тем более вероятна вертикальная интеграция фирм.
5. Вертикально интегрированные фирмы лучше осуществляют имитацию технологий, а дезинтегрированные фирмы лучше осуществляют инновации, вертикальная интеграция оказывает существенное влияние, причем положительное, на рост на начальных стадиях развития и отрицательное влияние на более поздних стадиях развития. Кроме того, влияет на данный процесс близость экономики к мировой технологической границе и сбалансированность развития экономики.

Список литературы

1. Индикаторы науки 2015: Стат. сборник / *Городникова Н.В., Гохберг Л.М., Дитковский К.А.* и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2015. 320 с.

2. *Макаров В.Л.* Экономика знаний: уроки для России. Вестник Российской Академии наук, Т. 73, 2003. № 5. 450 с.

3. *Миндели Л.Э., Пипия Л.К.* Концептуальные аспекты формирования экономики знаний // Проблемы прогнозирования. 2007. № 3;

4. *Кнобель А.Ю.* Вертикальная интеграция, технологическая связанность производств, оппортунистическое поведение и экономический рост: препринт. М.: Российская Экономическая Школа, 2008.

5. *Evans P., and Rauch J.* Bureaucracy and growth: A cross-national analysis of the effects of «Weberian» state structures on economic growth // American Sociological Review. Oct. 1999. Vol. 64. № 5.

6. *Firas T. Thalji.* The planning and design of science and technology parks, The University of Jordan, 2005. 188 c.

7. Эффективность экономики России [электронный ресурс]: Макроэкономические показатели / Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ main/rosstat/ru/statistics/efficiency/# (дата обращения: 14.12.2015).

8. Нас не догонишь [электронный ресурс]: Политика и экономика в России / Итоги. 2012. №21. URL: http://www.itogi.ru/russia/2012/21/ 177959.html (дата обращения: 05.05.2015.

9. Science and Engineering Indicators 2014 [electronic resource] / National Science board. Arlington, 2014. URL: http://www.nsf.gov/statistics/seind14/ (дата обращения: 14.12.2015.

УДК 342

Болотов Дмитрий Анатольевич
Межевич Николай Маратович
Санкт-Петербургский государственный университет

МЕЖМУНИЦИПАЛЬНОЕ МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КАК СПОСОБ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ: ОПЫТ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. Трансграничное сотрудничество как тип международного сотрудничества осуществляется и стал существенным фактором, прежде всего в Северо-Западном федеральном округе, на границах с Балтийскими и северными странами. На рубеже тысячелетий приграничное экономическое сотрудничество превратилось в полноценный механизм регионального развития, обладающий значительными финансовыми и организационными ресурсами и нуждающийся управлении. Целый ряд регионов, прежде всего, Ленинградская область, Калининградская область, Республика Карелия, эффективно развивают приграничное сотрудничество на муниципальном уровне. В статье, в частности, рассмотрен ряд наиболее удачных практик приграничного сотрудничества Ленинградской области: проекты «Треугольник роста прибрежных территорий Финского залива INTERREG III A», «День Сити Твинс – от различий к единству» и др.

Ключевые слова: межмуниципальное международное сотрудничество, трансграничное сотрудничество, Северо-Западный федеральный округ, муниципальное управление.

© Болотов Д.А., Межевич Н.М., 2017.

Bolotov Dmitrij, A.
Mezhevich Nikolaj, M.
Saint-Petersburg State University

INTER-MUNICIPAL INTERNATIONAL COOPERATION AS A WAY TO IMPROVE STATE AND MUNICIPAL GOVERNANCE: THE EXPERIENCE OF THE LENINGRAD REGION

Abstract. Cross-border cooperation as a type of international cooperation is carried out and has become an important factor, primarily in the North-West Federal District on the borders with the Baltic and Nordic countries. At the turn of the millennium cross-border economic cooperation has become a full-fledged regional development mechanism with significant financial and organizational resources and needing management. A number of regions, first of all, the Leningrad Region, the Kaliningrad Region, the Republic of Karelia effectively develop cross-border cooperation at the municipal level. In the article, in particular, a number of the most successful practices of cross-border cooperation of the Leningrad region are considered.

Keywords: inter-municipal international cooperation, cross-border cooperation, North-West Federal District, municipal government.

Большинство авторов, уделяющих внимание муниципальной проблеме, проводят, в основном, теоретический анализ явления локализма, имеющего место в современном мире в свете процесса глобализации. Среди таких работ нам хотелось бы отметить следующие: Генри Тьюн «Местное управление в мире» [7], «Глобализация, регионализация и местная демократия» [6]; Раймондо Страссолдо «Глобализм и локализм» [5]; Здравко Млинар «Местное развитие и организация социопланирования» [4]. Обращает внимание и то, что политологи и специалисты по теории управления анализировали и экономические аспекты муниципального развития, и межмуниципального приграничного сотрудничества.

Исследования межмуниципального – международного сотрудничества как фактора регионального развития на уровне органов государственной власти, местного самоуправления встречаются крайне редко. При этом важно отметить, что такие работы все чаще появляются именно в приграничных субъектах федерации, в том числе в Санкт-Петербурге, Пскове, Петрозаводске. Ряд исследований выполнено в Институте экономики Карельского научного центра Российской академии наук [2] Существенные отличия субъектов Российской Федерации и муниципалитетов по базовым экономическим и социальным показателям лишь усложняет влияние глобализации на региональную структуру. Процессы глобализации, меняющие территориальную и отраслевую структуру мировой экономики, влияют на базовые характеристики российской экономики. Развитие ряда районов страны во все большей степени определяется внешними факторами, или же взаимодействием внешних факторов и внутренних факторов развития российской экономики. Российская Федерация оказалась включенной в сложную систему трансграничного сотрудничества. До настоящего времени экономическая сущность ряда новых элементов региональной политики России, их место в системе государственного управления и планирования, а также анализ положения этих элементов в европейской практике региональной политики не получили исчерпывающего теоретиче-

ского осмысления и освещения в литературе. Сказанное относится, прежде всего, к трансграничному сотрудничеству.

Характерно и то, что данный тип международного сотрудничества осуществляется и стал существенным фактором, прежде всего в Северо-Западном федеральном округе, на границах с Балтийскими и северными странами [1]

Приграничное экономическое сотрудничество создает определенные дополнительные финансовые возможности для региональных властей. В условиях радикальной либерализации внешней торговли и существенного сужения внутреннего рынка в 90-е годы для регионов резко усилилось значение экспортно-импортных операций. Регионализация привела к тому, что валовой региональный продукт ряда субъектов федерации опирается на внешнеэкономическую составляющую. Возможности приграничного экономического сотрудничества как механизма региональной политики достаточно велики и их использование приводит к повышению уровня экономического развития территории. Однако «повышающее» свойство механизмов приграничного сотрудничества не отрицает действия эффекта конкурентных преимуществ, а также выгод географического положения.

Приграничное экономическое сотрудничество в России не является самоцелью, но позволяет достаточно оперативно компенсировать периферийность муниципальных образований. Таким образом, Российская Федерация с неустойчивой и реформируемой территориальной структурой экономики и эволюционирующим федерализмом, оказывается составной частью глобализирующейся мировой экономики. Впервые за последние десятилетия, территориальная организация российского общества изменяется при значительном влиянии внешних факторов. Более того, в пределах западного периметра российских границ, внешнее влияние на экономическое развитие территорий может оказываться преобладающим. Указанный процесс не безопасен. Стихийная эволюция территориальной организации российского общества осуществляемая, исходя из интересов мировой экономики, может привести к негативным последствиям для нашей страны. Именно поэтому влияние глобализации на региональную структуру российской экономики должно быть предметом постоянного научного анализа [3]

Впервые за последние десятилетия территориальная организация российского общества, в том числе и на муниципальном уровне, изменяется при значительном влиянии внешних факторов. В территориальном плане это заставляет экономику менять свою пространственную и ресурсную базу. Возможности приграничного экономического сотрудничества как механизма региональной политики достаточно велики и их использование может приводить к повышению уровня экономического развития территории. Однако ключевым свойством механизма приграничного экономического сотрудничества является то, что данный инструмент объективно выгоден более сильной из соседствующих экономик. Механизму муниципального регионального развития имманентно присуще использования практик приграничного экономического сотрудничества. Особое значение закономерно имеют трансграничные связи муниципалитетов, имеющие пограничное положение.

Приграничное экономическое сотрудничество создает определенные дополнительные финансовые возможности для региональных властей. В условиях

радикальной либерализации внешней торговли и существенного сужения внутреннего рынка в 90-е годы для регионов резко усилилось значение экспортно-импортных операций. Регионализация привела к тому, что валовой региональный продукт ряда субъектов федерации опирается на внешнеэкономическую составляющую. Возможности приграничного экономического сотрудничества как механизма региональной политики достаточно велики и их использование приводит к повышению уровня экономического развития территории. Однако «повышающее» свойство механизмов приграничного сотрудничества не отрицает действия эффекта конкурентных преимуществ, а также выгод географического положения.

Можно выделить целый ряд регионов эффективно развивающих приграничное сотрудничество на муниципальном уровне. Это, прежде всего, Ленинградская область, Калининградская область, республика Карелия. При этом жизнеобеспечение сопредельных территорий (муниципалитетов) в ряде случаев в 90-е годы вынужденно осуществлялось за счет сотрудничества с внешними партнерами.

Таким образом, приграничное сотрудничество в России на рубеже тысячелетий превратилось в полноценный механизм регионального развития, обладающий определенными финансовыми и организационными ресурсами и нуждающийся управлении. Последнее эффективно начало осуществляться буквально в Сегодня России фактически предлагается определенный тип экономического поведения связанный с вступлением в ВТО, вовлечением страны в мировую экономику. В этих условиях конкурентные преимущества отдельных регионов (как абсолютные, так и относительные) закономерно ведут к «очаговому», одностороннему, хозяйственному росту отдельных приграничных муниципалитетов. Реакция экономического пространства России на трансформационное воздействие мировой экономики в целом была положительна, однако взаимные санкционные режимы резко ограничили возможности приграничного муниципального сотрудничества.

Приграничные территории, являясь частью страны, вбирают в себя как общие тенденции ее экономического и социального развития, так и обладают особенностями их проявления, обусловленными своеобразием своего геоэкономического положения. Экономические проблемы приграничья можно разделить на общие и частные. Общие проблемы характерны для всей страны. Среди частных вопросов решения хозяйственных проблем важнейшей является проблема стимулирования экономического роста в приграничных субъектах Российской Федерации. Уникальным инструментом решения локальных проблем приграничья является приграничное сотрудничество. Чтобы развивать и использовать его надлежащим образом федеральный Центр, субъекты Федерации и органы местного самоуправления должны найти (или в ряде случаев создать) для него реальные правовые, организационные и иные условия.

Основными объектами приграничной политики экономического сотрудничества стали регионы — субъекты Федерации и муниципалитеты. Управленческое воздействие как функция региональной политики направляется на весь комплекс территориально — хозяйственных связей с соседствующим партнером.

Рассмотрим наиболее удачные лучшие практики приграничного сотрудничества Ленинградской области.

Проект «Треугольник роста прибрежных территорий Финского залива INTERREG III A». Треугольник роста прибрежных территорий Финского залива – проект по развитию сотрудничества приграничных районов Финляндии, Эстонии и Санкт-Петербурга, Ленинградской области. Цель проекта – усиление межрегионального сотрудничество на уровне двусторонних и трехсторонних отношений с тем, чтобы снять барьеры, которые препятствуют развитию торговли между южными регионами Финляндии, Северо-Восточной Эстонией и Северо-Западом России (Санкт-Петербург и Ленинградская область).

Проект «День Сити Твинс – от различий к единству» был реализован муниципальным образованием «город Светогорск» Выборгского района Ленинградской области. Участниками проекта являются Администрация г. Светогорска и Администрация г. Иматры (Финляндия).

Источниками финансирования данного проекта являются спонсорские средства компаний города Светогорска, спонсорские средства компаний города Иматра, муниципальный бюджет города Светогорска, муниципальный бюджет города Иматра.

Ситуация, которая складывается в этих муниципалитетах, имеет ряд существенных отличий. Выборгский район активно сотрудничает с Правительством Ленинградской области в вопросах приграничного сотрудничества, и можно признать, что пусть и не формализованная, но реальная координация приграничного сотрудничества между областью и Выборгским районом существует. В отличие от Светогорска, в Выборгском районе сосредоточен значительный транзитный и инфраструктурный потенциал (в районе находится крупный железнодорожный центр, три международных пограничных перехода и два порта, сосредоточен значительный человеческий потенциал). В то же время, сам характер приграничного сотрудничества Выборгского района свидетельствует о том, что эта форма межтерриториальных отношений находится в стадии развития, на уровне установления регулярных контактов и попыток реализации конкретных проектов. Несколько иная ситуация в Светогорске, где имеется только одно крупное предприятие, нет международного автомобильного пограничного перехода, не электрифицирована железная дорога, нет Сайменского канала, нет привлекательных для туристов исторических мест. В муниципалитете не знают о существовании Концепции развития приграничного сотрудничества в Российской Федерации, Европейской хартии о местном самоуправлении, Европейской рамочной конвенции о приграничном сотрудничестве территориальных и местных властей (в качестве единственного плюса можно рассматривать только непосредственную близость от Иматры).

Развитие приграничного сотрудничества влияет на формирование интересов муниципалитетов. Самыми яркими примерами в этой связи могут служить позиция Выборгского района по вопросу аренды Сайменского канала, вопросам открытия финского консульства в Выборге и позиция Светогорска по вопросам открытия международного автомобильного пограничного

перехода. Как уже было показано выше, режим пограничного перехода не является определяющим фактором ни для развития приграничного сотрудничества, ни для развития экономики муниципалитета. Вместе с тем, Светогорск последовательно всеми возможными способами выражал свою позицию по вопросу изменения статуса пограничного перехода. Можно констатировать, что в ходе приграничного сотрудничества у приграничных муниципалитетов Ленинградской области сформировалась позиция по ряду вопросов, которые выходят за рамки компетенции органов местного самоуправления и которые удивительным образом совпадают с официальной позицией Финляндии. Фактически, речь идет о приеме, уже давно использующимся не только в области экономики, но и в области хозяйственной политики – формировании покупательского спроса.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод о том, что приграничное экономическое сотрудничество как форма отношений между органами местного самоуправления существует не только в странах Европы, где сложились давние традиции местного самоуправления, но и в России.

Процесс приграничного сотрудничества неразрывно связан с процессом становления муниципального уровня управления государственной территорией в Российской Федерации. В тех субъектах федерации, где муниципалитеты являются реально действующими в пределах своей компетенции, приграничное сотрудничество развивается по классической европейской модели; в тех субъектах федерации, где муниципалитеты развиты слабо, вопросы, традиционно рассматриваемые муниципалитетами, являются одной из составляющих международной и внешнеэкономической деятельности субъектов федерации. В Ленинградской области присутствуют обе формы.

Список литературы

1. *Максимцев И.А., Межевич Н.М., Королева А.В*. Экономическое развитие государств Прибалтики и Северных Стран: к вопросу о специфике экономических моделей // Балтийский регион. Т. 9. № 1. С. 60-78.

2. Мониторинг социально-экономических процессов Республики Карелия // Труды Института экономики Карельского научного центра Российской академии наук. Отв. ред. *А.И. Шишкин*.

3. *Кузнецов С.В., Межевич Н.М., Лачининский С.С*. Пространственное развитие: роль внешнеэкономических вызовов в модернизации на северо-западе России. СПб.: ГУАП, 2016.

4. *Mlinar Z.* Local development and socio-spatial organization. Budapest.: ArkStudio, 2000. 104 p.

5. *Strassoldo R.* Globalism and Localism: Theoretical Reflections and Some Evidence // Globalization and Territorial Identities. Aldershot, 1992.

6. *Teune H.* Globalization, Regionalization and Local Democracy: The Democracy and Local Governance Research Program. University of Pennsylvania, 2001.

7. *Teune H.* Local Government Around the World. American Academy of Political and Social Science, ISSA, 1995.

УДК 332:69(571.62)

Брянцева Ирина Витальевна
Скубрий Виктория Сергеевна
Тихоокеанский государственный университет

РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Аннотация: рассмотрены задачи государственного управления в области строительства и жилищной политики; механизм государственного управления жилищным строительством на региональном уровне; меры по снижению стоимости строительства жилья; направления развития некоммерческого жилого фонда. Приведены результаты оценки инвестиционной привлекательности инвестиций в строительство наемного дома коммерческого использования в г. Хабаровске. Предложены меры по развитию арендного жилого фонда.

Ключевые слова: государственное управление, регулирование, жилищное строительство, инвестиции, наемный дом, социальная аренда.

Bryantseva Irina, V.
Skubrii Victoria, S.
Pacific State University

DEVELOPMENT OF THE MECHANISM OF STATE MANAGEMENT IN THE FIELD OF INVESTMENT AND CONSTRUCTION AT THE REGIONAL LEVEL

Abstract. It is considered state administration tasks in the construction and housing policy; governance mechanism of housing construction at the regional level; measures to reduce the cost of housing; directions of development of the uncommercial housing. The result of evaluation of the investment attractiveness of investment in the construction of commercial rental house in Khabarovsk.The research contains measures for the development of social rental housing.

Keywords: governance, regulation, housing, investment, rental house, social rent.

Одной из важнейших функций государственного управления в инвестиционно-строительной сфере на региональном уровне является регулирование, осуществляемое, прежде всего, через министерства строительства или комитеты.

Основная задача этих структур – содействие развитию строительного комплекса региона для решения программных задач.

Так, министерство строительства Хабаровского края в соответствии с утвержденным положением в области строительной и жилищной политики на основе анализа состояния строительного комплекса и развития промышленности строительных материалов разрабатывает прогнозы и определяет стратегии их развития, разрабатывает меры государственной поддержки отрасли «строительство», осуществляет их методологическое обеспечение, разрабатывает и обес-

© Брянцева И.В., Скубрий В.С., 2017.

печивает реализацию мероприятий, разработанных Правительством края по увеличению объемов жилищного строительства и снижению его стоимости; исполняет иные функции, способствующие решению поставленных задач. Для этого используется широкий инструментарий инструментов как административных, так и экономических методов управления.

Основными направлениями регулирования инвестиционно-строительной деятельности являются:

– способствование усилению конкуренции с целью снижения цен на рынке недвижимости;

– бюджетно-финансовое регулирование;

– проведение государственной ценовой политики;

– содействие развитию ипотечного кредитования;

– взаимодействие с саморегулируемыми организациями, осуществляющими контроль за деятельностью строительных организаций;

– отбор и содействие реализации эффективных инвестиционных проектов в области развития промышленности местных строительных материалов.

В сфере жилищного строительства стратегическим приоритетом является создание социальных перспектив улучшения жилищных условий для различных групп населения.

Рассмотрим действующий механизм реализации государственного управления в сфере жилищного строительства в Хабаровском крае (рис. 1).

В свою очередь, реализация ГЦП Хабаровского края «Развитие жилищного строительства» в Хабаровском крае и ГП «Жилье для российской семьи» включает в комплексе мер:

– организацию работы конкурсной комиссии и проведение конкурсного отбора заказчиков (застройщиков) для строительства квартир в рамках реализации мероприятий ГЦП;

– организацию конкурсного отбора муниципальных образований для предоставления из краевого бюджета субсидий на софинансирование расходных обязательств муниципальных образований по предоставлению социальных выплат гражданам Российской Федерации, проживающим в сельской местности края;

– организацию конкурсного отбора муниципальных образований и юридических лиц по предоставлению из краевого бюджета субсидий муниципальным образованиям края и юридическим лицам на комплексное освоение территорий края в целях жилищного строительства [1].

Важнейшим направлением государственной ценовой политики является регулирование стоимости жилищного строительства, осуществляемое Министерством строительства Хабаровского края через совокупность инструментов государственного регулирования стоимостью жилищного строительства.

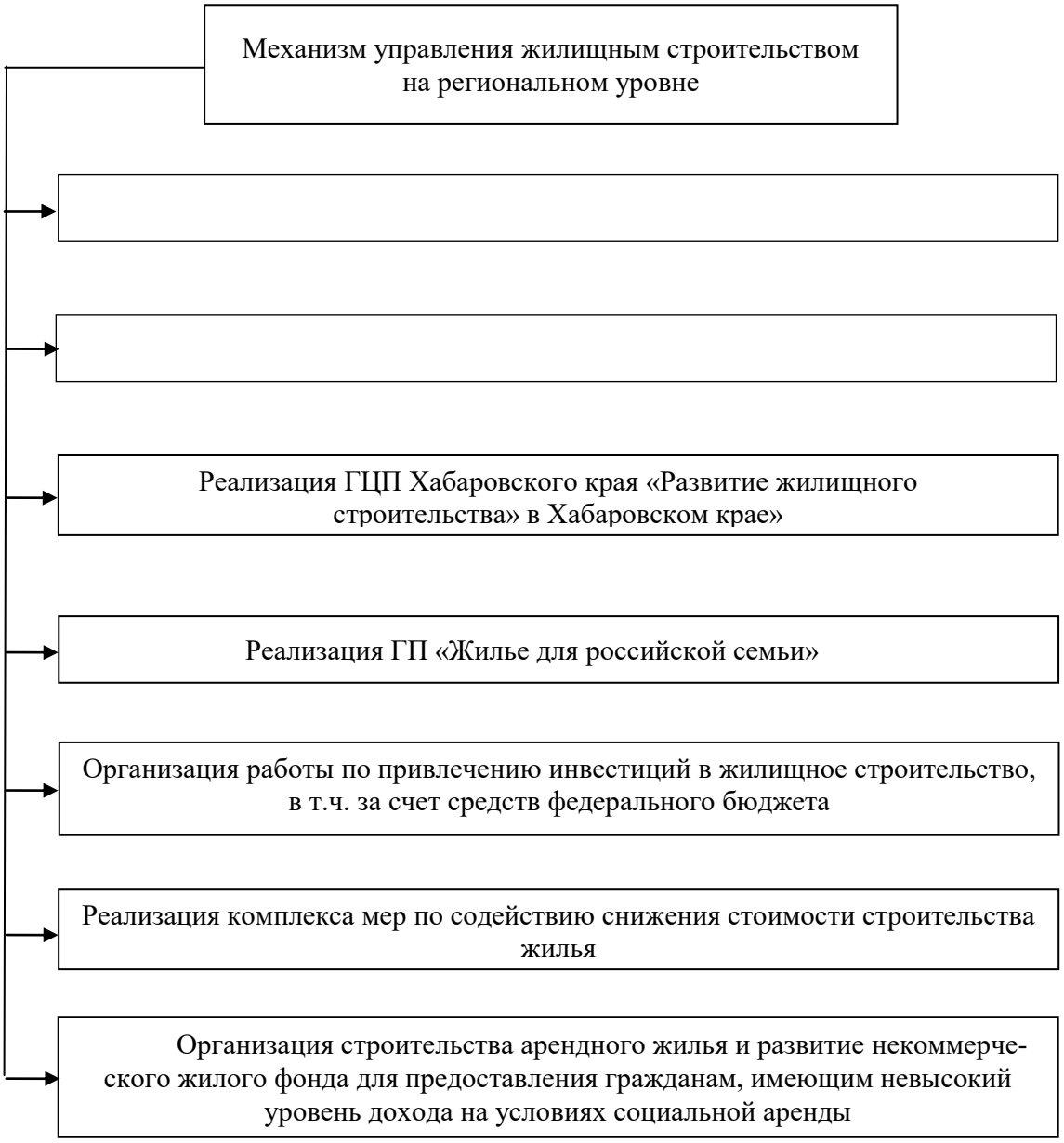


Рис. 1. Механизм управления жилищным строительством на региональном уровне

Реализация мер по содействию снижению стоимости строительства осуществляется посредством:

– проведения государственной ценовой политики через контроль за формированием стоимости строительства;

– содействия усилению конкуренции среди подрядчиков на рынке строительных работ;

– наращивания объемов строительства жилья через госзаказ;

– формирования реестра проектов повторного применения;

– предоставления земельных участков под жилищное строительство без аукционов;

– предоставления субсидий на строительство инженерной инфраструктуры;

– содействия реализации эффективных инвестиционных проектов в области развития промышленности местных строительных материалов;

– выделения участков под комплексную застройку;

– содействия развитию местной промышленности строительных материалов и комплекса других мер.

Несмотря на успешную реализацию государственных программ по развитию жилищного строительства жилищный вопрос остается нерешенным как в Хабаровском крае, так и в России. Сохраняются многолетние очереди на жилье различных категорий граждан, признанных нуждающимися.На конец 2015 года в Хабаровском крае 13071 семья (включая одиноких) состояла на учете в качестве нуждающихся в жилых помещениях (2,5% от общего числа семей), в России – 2612 тыс. семей (5% от общего числа семей) [5, 6].

Для удовлетворения потребности в жилье в Стратегии развития жилищного строительства в Хабаровском крае до 2030 года в качестве приоритетных направлений определены:

– обеспечение роста жилищного строительства в крае;

– повышение доступности жилья для граждан с невысокими доходами;

– повышение качества (комфортности) жилья, предоставляемого гражданам;

– обеспечение жильем населения с целью закрепления трудовых ресурсов в точках (территориях) экономического роста края[4].

Для реализации указанных направлений предлагается в числе других мер решение задачи развития наемного жилищного фонда края, в том числе на территориях опережающего социально-экономического развития «Хабаровск», «Комсомольск», транспортно-промышленного узла Ванино и Советская Гавань.

В государственной программе Российской Федерации «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» запланировано увеличение доли ввода жилья в арендных многоквартирных домах к 2020 году довести до 10% от общей площади ввода жилья в многоквартирных домах.

В Стратегии развития жилищного строительства Хабаровского края более скромные задачи – к 2030 году довести долю наемного жилья коммерческого и социального использования в общем объеме ввода до 8% [4].

Однако, строительство наемных домов коммерческого использования, как показали наши расчеты, экономически непривлекательно для инвестора. При среднерыночной цене аренды по городу Хабаровску более высокой, чем в среднем по России по однокомнатным квартирам на 33,7%, а по двухкомнатным на 23%, окупаемость таких инвестиций будет составлять 14 лет (табл. 1) [3].

Таблица 1

Результаты оценки инвестиционной привлекательности инвестиций в строительство наемного дома коммерческого использования

Показатель	Значение
Простой срок окупаемости, лет	14,0
Дисконтированный срок окупаемости, лет	50,2
Чистый дисконтированный доход	2
Доходность собственного капитала, %	1,7

На протяжении 2014-2015 гг. власти субъектов Федерации формировали и отрабатывали механизм осуществления финансирования строительства и управления наемными домами. В ноябре 2016 года был введен первый наемный дом в п. Бикин Хабаровского края. Источники финансирования: 10% муниципальных средств и 90% краевых. В рамках реализации ГП «Развитие жилищного строительства в Хабаровском крае» на финансирование строительства наемных домов в 2017 году выделено 50 млн. рублей. Однако, в начале 2016 года были введены поправки в закон, которые заметно усложнили пакет необходимой документации для участия в программе. Процесс подготовки документов требует длительного времени и несет определенные затраты. Так с поправкой стали обязательны положительное заключение государственной экспертизы и заключения о достоверности определения сметной стоимости.

Таким образом, для получения финансирования на строительство наемного дома нужно пройти долгую и затратную процедуру подготовки. Для перехода к массовому строительству государственного жилья, используемого на условиях аренды, на наш взгляд, необходимо внести изменения в законодательстве, которые бы упростили этот процесс.

Для решения поставленных задач по развитию арендного жилого фонда в Стратегии развития жилищного строительства в Хабаровском крае предусматривается реализация следующих основных мероприятий:

– предоставление из краевого бюджета субсидий бюджетам муниципальных образований края на софинансирование расходных обязательств МО на строительство наемных домов социального использования;

– разработка положения о применении понижающих коэффициентов к арендным ставкам на землю, используемую под арендное жилье;

– бесплатное предоставление земельных участков для строительства наемных (арендных) МКД, построенных за счет средств накопительных жилищных кооперативов и паевых инвестиционных фондов;

– инициирование создания ПИФ для привлечения частных инвестиций в строительство коммерческого наемного фонда края;

– предоставление муниципальных гарантий при получении застройщиками кредитов для строительства наемных (арендных) МКД [4].

Существенное развитие наёмного рынка жилья в России возможно, на наш взгляд, только через возврат к массовому строительству государственного жилья для социально незащищенных граждан и служащих – на условиях социальной аренды.

Список литературы

1. Проблемы и перспективы развития жилищного строительства в Хабаровском крае / *И.В. Брянцева, Н.В. Воронина, Е.В. Дородных, В.С. Скубрий.* Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2016. 126 с.

2. Развитие жилищного строительства в Хабаровском крае: государственная целевая программа / Правительство Хабар. края [Электронный ресурс]. URL://www.minstr.khabkrai.html (дата обращения: 26.01.2017)

3. Средняя стоимость аренды жилой недвижимости по регионам России // Росриэлт: сайт о недвижимости. [Электронный ресурс]. URL:http://www.rosrealt.html (дата обращения 04.02.2017)

4. Стратегия развития жилищного строительства в Хабаровском крае до 2030 года: стратегия развития / Правительство Хабар. края [Электронный ресурс]. URL://www.minstr.khabkrai.html (дата обращения: 26.01.2017)

5. Территориальный орган государственной статистики [Электронный ресурс]. URL://habstat.html (дата обращения: 04.02.2017).

6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL://www.gks.html (дата обращения: 04.02.2017).

УДК 352

Воронина Елена Владимировна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

МУНИЦИПАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИИ

Аннотация. Мировые тенденции показывают, что маркетинг становится важнейшей составляющей социально-экономического развития любой территории. На сегодняшний день муниципальный маркетинг – это перспективное направление современной теории и практики управления маркетингом в России. Следует отметить, что маркетинговая ориентация для муниципальных образований, всей системы муниципального управления представляет совокупность информационных, организационных, управленческих элементов, обеспечивающих взаимосвязь конкретной территории с рынком. Развитие и эффективное использование маркетинговой ориентации позволит в ближайшем будущем определить отличитель-

© Воронина Е.В., 2017.

ные особенности, с помощью которых конкретная территория сможет отличаться от своих конкурентов. Также использование этого инструмента позволит выявить приоритетные целевые муниципальные рынки и определить пути повышения инвестиционной привлекательности территории.

Совершенствование инвестиционной политики – это один из ключевых инструментов повышения конкурентоспособности территории, который позволяет расширить доступ к инновационным проектам, инновационным технологиям.

В предлагаемой статье рассмотрены направления повышения инвестиционной привлекательности территорий с применением муниципального маркетинга.

Ключевые слова: муниципальный маркетинг, муниципальное образование, территория, инвестиции, инвестиционная привлекательность, концепция маркетинга.

Voronina Elena, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

MUNICIPAL MARKETING AS A TOOL OF INVESTMENT ATTRACTION AREAS

Abstract. Global trends show that marketing is becoming an essential component of economic and social development of any territory. Today, municipal marketing – a promising trend of modern marketing theory and practice of management in Russia. It should be noted that the marketing orientation to municipalities throughout the municipal management system is a set of information, organizational, managerial components that provide specific relationship with the territory of the market. Development and effective use of marketing orientation will allow in the near future to determine the distinctive features with which a particular area can be different from its competitors. Also, the use of this tool will allow municipalities to identify priority target markets and identify ways to improve the investment attractiveness of the territory.

Investment policy perfection – this is one of the key instruments for improving the competitiveness of the territory, which allows you to expand access to innovative projects, innovative technologies.

In this article we discussed ways of increasing the investment attractiveness of the land by the use of municipal marketing.

Keywords: municipal marketing, municipality, land, investments, investment attractiveness, the concept of marketing.

«В последние годы в связи с развитием в России рыночных отношений значительно возрос интерес к маркетингу. В своем развитии маркетинг прошел ряд этапов, развиваясь и как вид деятельности, и как наука» [7. С. 91].

В условиях жесткой конкуренции между территориями за приток инвестиций, привлечения инвесторов, органы местного самоуправления не только в России, но и во всем мире всё чаще используют инструменты маркетинга в муниципальном управлении.

Если по вопросам маркетинга на уровне хозяйствующих субъектов имеется большое число научных трудов и разного рода практических, экспериментальных разработок, которые многие компании достаточно успешно применяют

в своей деятельности, то по проблемам применения территориального маркетинга возникает много спорных вопросов.

«Сегодня маркетинг на определенной территории является действенным инструментом формирования рыночной среды, создания, укрепления и поддержания конкурентных преимуществ территории» [6. С. 254].

Концепция маркетинга возникла в период массового производства потребительских товаров и услуг. Но в области государственного и муниципального управления она только начинает развиваться. Главным образом это связано с кардинальными изменениями, произошедшими в период перехода к рыночным условиям хозяйствования, а также в изменении функций государства в этих новых условиях. Сегодня многие важные полномочия и функции переданы на уровень территорий (субъекты Федерации и местное самоуправление). Эти территории непосредственно заняты обслуживанием основных потребностей населения в проживании, образовании, здравоохранении, занятости, производстве потребительских товаров и услуг.

Становление и развитие муниципального маркетинга способствует социально-экономическому развитию территории и повышению эффективности управления на данной территории. «Муниципальный маркетинг, являясь инструментом формирования рыночной среды, нацелен на выявление и активное использование внутренних преимуществ региона, привлечение инвестиций, что, в свою очередь, ведет к повышению конкурентоспособности территории в целом» [5. С. 301].

Как известно, интересы каждой территории представляют властные структуры. Именно они, в первую очередь, являются так называемыми “потребителями” услуг муниципального маркетинга. В свою очередь, муниципальный маркетинг является системой, предоставляющей возможность внедрять наиболее передовые методы управления и хозяйствования на конкретной территории. Муниципальный маркетинг позволяет органам власти и управления на местах применять научно обоснованные и абсолютно новые подходы к организации различных сторон деятельности территории с учетом требований населения и требований рыночной экономики.

Применение муниципального маркетинга позволяет:

– повысить эффективность муниципальных программ и услуг;

– создать научную основу для определения стратегии и тактики управления в соответствии с потребностями населения данной территории;

– оптимизировать весь управленческий цикл, начиная от определения целей и задач в ходе предвыборных кампаний политических лидеров и заканчивая оценкой выполнения и эффективности их избирательных программ;

– обеспечить массовую поддержку властным структурам, а именно: рост доверия к проведению их политики, а также активное участие населения в муниципальных программах;

– сформировать у муниципальных служащих стереотип мышления, ориентированный на нужды граждан.

Таким образом, можно сказать, что муниципальный маркетинг – это маркетинг, посредством которого складываются отношения между участниками рыночных процессов на территории муниципального образования.

Задачей маркетинга города или региона является его позиционирование в глазах инвесторов как территории, имеющей конкурентные преимущества и возможности реализации коммерчески прибыльных проектов. Разработка соответствующего плана маркетинговых мероприятий является неотъемлемым компонентом для осуществления системной и результативной деятельности по донесению информации о возможностях территории инвесторам.

Инвестиционная политика – составная часть экономической политики как государства в целом, так и конкретной территории в частности. В связи с этим инвестиционная политика осуществляется на различных уровнях управления – федеральном, региональном или муниципальном. И в зависимости от уровня она преследует различные цели и задачи.

В статье говорится о муниципальном уровне. Поэтому, специфика муниципальной инвестиционной политики связана с тем, что роль и место органов местного самоуправления в системе управления инвестициями определяется, с одной стороны, равенством органов местного самоуправления с другими участниками инвестиционной деятельности в отношениях, которые регулируются гражданским законодательством. А с другой стороны, тем, что органы местного самоуправления являются носителями публично-властных отношений и на основании этого они вправе устанавливать, контролировать и требовать от участников инвестиционных процессов соблюдение общеобязательных правил инвестиционной деятельности на территории конкретного муниципального образования.

На сегодняшний день нет законодательно закрепленного определения термина «муниципальная инвестиционная политика». Но среди ученых, специалистов, практиков по данному вопросу наблюдается достаточно точек зрения. Так, по мнению Р.В. Бабуна и З.З. Муллагалеевой, муниципальная инвестиционная политика представляет собой «деятельность органов местного самоуправления по привлечению и наиболее эффективному использованию инвестиций на территории муниципального образования». [1. С. 74].

Механизм муниципального маркетинга достаточно широко описывается в работах как отечественных, так и зарубежных исследователей. Это связано со все возрастающей популярностью данного инструмента в нашей стране. Использование такого подхода к привлечению инвестиций на территорию муниципального образования связано с реализацией четырех классических принципов маркетинга:

– продукт;
– цена;
– позиционирование;
– продвижение.

Маркетинговым продуктом в муниципальном образовании применительно к тематике статьи является его инвестиционный потенциал и инвестиционный имидж территории. Можно с уверенностью сказать, что имидж как объект для инвестиций влияет на все стороны функционирования территории.

Цену продукта в данном контексте мы рассматриваем как инвестиционный потенциал территории. Цена продукта определяется с учетом того, что в стоимость любого инвестиционного проекта включены две составляющие. Одна составляющая зависит от технологических характеристик самого объекта. А другая – непосредственно от условий его размещения. Именно эта составляющая и определяется условиями конкретной территории. Так, например, она может включать в себя транспортные расходы, стоимость и время оформления необходимых документов, доступность и своевременность получения качественной достоверной информации. Власть на местном уровне должна искать пути, которые позволят снизить расходы потенциальных инвесторов, связанных с использованием конкретной территории.

Если говорить о позиционировании маркетингового продукта, то будущим инвесторам необходимо знать, какие товары или услуги более выгодно производить на той или иной территории. То есть потенциальным инвесторам необходимо получить достоверную информацию о потребительском рынке и уровне производства. Эти два фактора в конечном итоге и будут формировать интерес к территории.

Для маркетинга территории продвижение маркетингового продукта, в первую очередь, означает проведение эффективной рекламной кампании, чтобы как можно лучше использовать имеющиеся возможности в целях привлечения потенциальных инвесторов. Для этого необходимо создать каналы продвижения информации, определить формы и объемы необходимой информации для продвижения продукта, определить степень воздействия информации на инвесторов.

Пока еще в России опыт применения маркетинга на уровне муниципального образования гораздо более скромный, чем в зарубежных странах. Но, тем не менее, постепенно накапливается практика применения муниципального маркетинга.

Существуют два так называемых «хрестоматийных» примера – это город Мышкин и город Великий Устюг, брендами которых являются соответственно Мышь и Дед Мороз. Эти два города стали первыми успешными «маркетологами».

Так, удачное географическое положение города Мышкин на берегу реки Волги позволило ему войти в речные круизы. Само название города было использовано для создания уникального бренда – Мыши, который стал широко известен не только в России, но и за рубежом. Мышкин – самый маленький город на территории Ярославской области. Но, несмотря на это, он стал туристическим центром Ярославской области. Так, на каждого жителя Мышкинского муниципального района приходится порядка 15-20 туристов и экскурсантов. И этот показатель увеличивается.

В последние годы активно занимались территориальным маркетингом такие территории, как Ненецкий автономный округ. Маркетинговая концепция определена в следующем слогане – «Ненецкий автономный округ – североевропейская кладовая России». Данная характеристика территории подчеркивает, с одно стороны, ее северное положение, а с другой – европейское. Также в этом удачно сформулированном слогане показано наличие больших и стратегически

важных запасов и ресурсов, что выгодно отличает данный регион от других конкурирующих регионов.

Достаточно интересной представляется маркетинговая стратегия Сочи. Она формировалась с целью получения возможности проведения на территории города Олимпийских игр 2014 года. На основании этой стратеги был разработан новый бренд – «Сочи-2014».

В целом же, маркетинг территории муниципального образования представляет собой не только формирование и улучшение имиджа муниципального образования, но обеспечивает возможность привлечения инвестиций для более эффективного решения проблем социально-экономического развития территории.

Применение муниципального маркетинга также способствует преобразованию бизнес-среды территории. А это способствует улучшению инвестиционного климата и инвестиционного потенциала. Следствием этого является повышение уровня социально-экономического состояния территории, а значит, повышение уровня и качества жизни населения муниципального образования.

В связи необходимо сформулировать цели, определить приоритеты и разработать критерии и на основании этого создать концепцию стратегического управления социально-экономическим развитием муниципальных образований.

В рамках данной концепции необходимо разработать программу «Муниципальный маркетинг», которая, в свою очередь, может быть использована в качестве базового элемента социально-экономического развития муниципального образования и повышения его инвестиционной привлекательности.

Результатом внедрения рассмотренных инструментов должно стать увеличение инвестиционных потоков в муниципальные образования, что будет способствовать освоению, развитию территории, ее инфраструктуры.

Список литературы

1. *Агаларова Е.Г.* Маркетинг как инструмент повышения туристической привлекательности территории // Молодой ученый. 2013. №11. С. 259-262.

2. *Беляев В.И.* Маркетинг территорий и преодоление депрессивного состояния регионов России // Вестник Томского государственного университета. 2008. №3(4). С. 57-59.

3. *Кельбах Е.И., Пьянков В.В.* Маркетинг территории как инструмент повышения конкурентоспособности малых городов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://naukovedenie.ru/PDF/69EVN514.pdf (дата обращения 02.03.2017).

4. *Панкрухин А.П.* Маркетинг: Учебник. 4-е изд. М.: Омега-Л, 2006. 624 с.

5. *Панкрухин А.П.* Маркетинг территорий. 2-е изд. СПб.: Питер, 2006. 416 с.

6. *Сачук Т.В.* Территориальный маркетинг: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2009. 368 с.

7. *Черная И.П.* Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга// Маркетинг в России и за рубежом. 2002. № 4. С. 91.

УДК 314.15:332.14

Гокова Ольга Владимировна
Омский государственный университет
им. Ф.М. Достоевского

МОДЕЛЬ МОЛОДЕЖНОЙ ПРОНАТАЛИСТСКОЙ ПОЛИТИКИ В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ)

Аннотация: Вопросы взаимоотношений политической власти и общества в современном мире имеют принципиальное значение. Оно заключено, прежде всего, в том, что от взаимодействия политической и социальной систем в решающей степени зависит состояние всего общества, характер и перспективы его развития. Своеобразным индикатором всех общественных преобразований является молодежь, поскольку она содержит в себе критические взгляды и настроения в отношении существующей действительности и практики государственного управления, новые идеи, энергию, интеллектуальный и творческий потенциал. Молодежь является главным ресурсом для воспроизводства населения – естественного, миграционного и социального, и с демографической точки зрения несет основную нагрузку, связанную с репродуктивным поведением, а именно: создание семьи, рождение и воспитание детей. Молодежь, с одной стороны, это социально менее защищенная группа, нуждающаяся в государственной поддержке, а с другой – это поколение, от которого зависит будущее страны.

Россия, несмотря на улучшение демографической ситуации в последние годы, все еще находится в демографическом кризисе, который, по мнению многих исследователей, может усилиться в перспективе. С учетом этого на основе ранее проведенных автором сравнительных исследований факторов, влияющих на изменение репродуктивного поведения молодежи европейских стран и России, разработана модель молодежной пронаталистской политики как основного профильного инструмента влияния органов государственной власти на репродуктивное поведение молодежи. Это поможет органам государственной власти региона быть в контексте изменяющихся тенденций демографического развития и эффективно управлять демографическими процессами.

Ключевые слова: пронаталистская политика, молодежь, демографическая политика, модель молодежной пронаталистской политики, репродуктивное поведение молодежи, органы государственной власти региона.

Gokova Olga, V.
Omsk State University n.a. F.M. Dostoevsky

MODEL OF REGIONAL YOUTH PRO-NATALIST POLICY (CASE STUDY OMSK REGION)

Abstract. The question of the relations between political authority and society is crucial in the modern world. This is due to the fact that the state of society, the pattern and the prospects of its development crucially depends on the interaction between the political and social system. Young people are a specific indicator of all social transformation. This comes from the fact that youth is a source of fresh ideas, energy, intellectual and creative potential, and also of critical views and perceptions with respect to the current reality and public administration. Youth is a major source of all kinds of generational replacement – biological, migration and social as well. From demographic perspective, youth has the primary responsibility for reproductive behavior, namely for found a family, childbearing and parenting.

© Гокова О.В., 2017.

On the one side, youth is socially less secure group, that needs government support, on the other side, youth is a generation upon which the future of the country depends.

Despite the improvement in the demographic situation in recent years, Russia is still in demographic crisis that, according to researchers, could get any worse. Based on the earlier authors studies of factors, that affect changes in reproductive behavior among youth in Russia and European countries, was developed a model of youth pro-natalist policy. This model will be a profile implement for influence of the public authorities on reproductive behavior of youth. That would make it easier for the state authorities of region to be in the context of changing trends in demographic development and to effectively manage demographic processes.

Keywords: pro-natalist policy, youth, demographic policy, model of youth pro-natalist policy, reproductive behavior of youth, state authorities of region.

В современных условиях глобализации происходит трансформация режима воспроизводства населения, в том числе и молодежи, и ее последствия заставляют современное общество менять приоритеты проведения демографической политики. Современная демографическая политика российского государства сводится в основном только к мерам экономического характера, не устраняя основную причину демографического кризиса, и может иметь лишь частичный и временный характер [4]. В настоящее время меры, направленные на стимулирование рождаемости, реализуются российскими органами власти на фоне недостаточного исследования и понимания факторов, оказывающих влияние на развитие репродуктивной активности населения, отсутствия региональной дифференциации этих мер, понимания их связей с региональной социально-экономической политикой, реализации усредненного подхода к стимулированию рождаемости для разных групп населения [3].Это требует систематизации и учета всех условий обеспечения должного качества жизни населения и разработки отдельного демографического направления – пронаталистской политики, формирование которой должно начинаться с регионального уровня для последовательного решения демографического кризиса в масштабах страны.

Пронаталистская политика, безусловно, должна учитывать специфику различных социально-демографических групп населения, иначе она просто будет иметь крайне низкую эффективность. Отдельное внимание следует уделять молодежи как основному субъекту пронаталистской политики и потребителю государственных услуг в демографической сфере [1. С. 33].

На основе ранее проведенных автором исследований репродуктивного поведения современной молодежи из типичных регионов Франции, Германии и России разработан комплекс мер молодежной пронаталистской политики, который положен в основу авторской модели молодежной пронаталистской политики, которая может использоваться органами государственной власти регионов со сходными с Омской областью условиями [2. С. 69-70].

Проблемы демографического развития региона в сфере пронатализма находят отклик со стороны органов государственной власти субъекта РФ и научного сообщества. На первом этапе разработки модели молодежной пронаталистской политики при органе исполнительной власти субъекта РФ, курирующего вопросы демографического развития региона, создается специальный орган – Координационный совет по реализации молодежной пронаталистской поли-

тики органа исполнительной власти субъекта РФ (далее – Координационный совет), который разрабатывает комплекс мероприятий молодежной пронаталистской политики и Программу молодежной пронаталистской политики, которые доводит до сведения всех субъектов молодежной пронаталистской политики – молодежных общественных организаций, СМИ, бизнес-сообщества, религиозных организаций и других заинтересованных лиц. Наименование специального органа – Координационный совет – выбрано неслучайно: во-первых, во многих субъектах РФ и на уровне федеральных органов власти действуют различные координационные советы в сфере демографической политики, а во-вторых, во многих странах мира для координации усилий органов власти в области демографической, семейной и пронаталистской политики созданы Координационные советы.

Координационный совет является постоянно действующим коллегиальным совещательным органом по формированию и проведению региональной молодежной пронаталистской политики в области повышения рождаемости, укрепления института семьи и брака, реализации основных направлений, программ, планов и мероприятий в сфере пронаталистской политики в субъекте РФ. Он образуется для обеспечения согласованных действий государственных органов субъекта РФ, органов местного самоуправления, предприятий, организаций, учреждений, общественных объединений, молодежных организаций и граждан в решении задач пронаталистской политики.

Кроме того, для развития общественной составляющей молодежной пронаталистской политики, эффективного вовлечения молодежи в их реализацию, формирования активной гражданской позиции молодого человека необходимо создание Молодежного совета. Он будет являться совещательным и консультативным органом при Губернаторе субъекта РФ и создается для предварительного рассмотрения вопросов, касающихся молодежной и молодежной пронаталистской политики, а также в целях подготовки рекомендаций по реализации политики государства и региона в отношении молодежи.

Необходимо отметить, что в данной модели (рис. 1) СМИ, бизнес-сообщество, общественные и религиозные организации относятся к внешней среде. Они будут оказывать влияние на объект молодежной пронаталистской политики посредством распространения информации (социальная реклама, взаимодействие со студентами, молодежью и др.), работа с бизнес-сообществом и работодателями по вопросам возможностей обеспечения обучения для матерей, возвращающихся к работе после декретного отпуска, предоставления им гибкого рабочего графика и др.

Все субъекты молодежной пронаталистской политики взаимосвязаны, они образуют единый целостный комплекс взаимодействий и задействованы в механизме реализации молодежной пронаталистской политики, который включает следующие специфические элементы (субъекты и их полномочия, пространственно-временные связи) и этапы:

1) на первом этапе органами государственной власти субъекта РФ инициируется запрос научному сообществу о проведении комплексного анализа демографической ситуации в регионе;

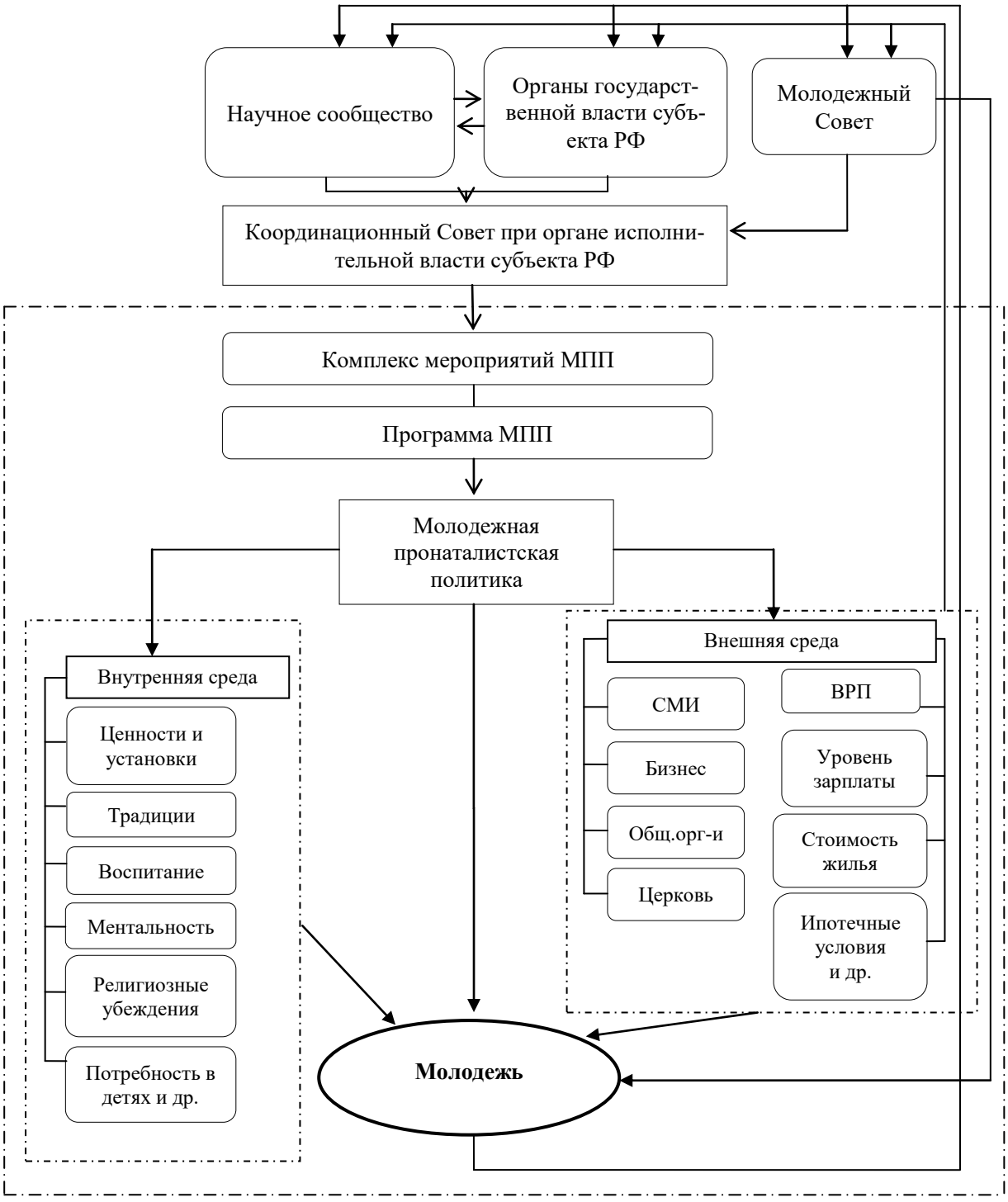


Рис. 1. Модель молодежной пронаталистской политики

2) на основе выявленных тенденций и выделенных приоритетов демографического развития принимается решение о создании вспомогательного органа по реализации молодежной пронаталистской политики в субъекте РФ – Координационного Совета при органе исполнительной власти субъекта РФ;

3) Координационный Совет разрабатывает на основе рекомендаций научного сообщества и органов исполнительной власти субъекта РФ комплекс мер и Программу молодежной пронаталистской политики;

4) на следующем этапе осуществляется реализация данной Программы посредством координации и взаимодействия с Молодежным Советом, со всеми заинтересованными субъектами – молодежью, бизнес-сообществом, религиозными и общественными организациями через информационные потоки – конференции, форумы, социологические опросы, анализ статистических данных;

5) на основе данных обратной связи, полученных от молодежи, представителей бизнеса, религиозных и общественных организаций Координационный Совет осуществляет планирование и прогнозирование показателей демографического развития;

6) на следующем этапе Координационный совет формирует мониторинг текущей ситуации на основе разработанной системы показателей;

7) на последнем этапе реализации молодежной пронаталистской политики результаты мониторинга анализируются экспертами и научным сообществом, а также Молодежным советом при Губернаторе субъекта РФ, и принимаются решения о продолжении реализации предложенного комплекса мер либо о его корректировке.

Важно подчеркнуть, что к основным характерным признакам молодежной пронаталистской политики относятся согласованность и последовательность – большинство специалистов сходятся на том, что если считать французские меры успешными, то именно потому, что они последовательно реализовывались на протяжении нескольких десятилетий. Данные меры должны вытекать из реального контекста, т.е. сочетание политических инструментов должно отражать специфические условия и обстоятельства конкретного региона. Без сомнения, они не должны быть принудительными, должны уважать личные права людей и они должны быть финансово рентабельными, т.е. они должны быть обоснованы долговременным бюджетом региона, поскольку связать себя обязательствами, не имеющими финансовой устойчивости, значит ставить под угрозу экономический рост и способствовать дальнейшему ухудшению демографической ситуации в регионе.

Список литературы

1. *Гокова О.В.* Молодежная пронаталистская политика: региональный аспект // Динамика и инерционность воспроизводства населения и замещения поколений в России и СНГ: Сб. статей VII Уральского дем. форума с межд. участием: Том II. Екатеринбург: ИЭУрО РАН, 2016. С. 32-38.

2. *Гокова О.В., Киселева А.М.* Вопросы управления демографическим развитием в РФ, Франции и Германии: сравнительное исследование репродуктивных установок и отношения молодежи к институту брака // Вопросы управления. Уральский институт управления – филиал РАНХиГС. 2016. Вып. № 2(39). С. 68-76.

3. *Римашевская Н.М.* Социально-экономические и демографические проблемы современной России [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://vivovoco.astronet.ru/VV/JOURNAL/VRAN/2004/DEAD.HTM (дата обращения 01.02.2016).

4. *Синельников А.Б.* Трансформация семейных отношений и ее значение для демографической политики в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.semya-rastet.ru/razd/transformacija_semejjnykh_otnoshenijj_i_ejo_znachenie_dlja_demograficheskojj_politiki_v_rossii/ (дата обращения 01.11.2016).

УДК 336.5.02

Доржиева Ирина Цырендашиевна
Романова Тамара Григорьевна
Бурятская государственная
сельскохозяйственная академия
им. В.Р. Филиппова

БЮДЖЕТНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ РАСХОДОВ НА ОБРАЗОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БУРЯТИЯ

Аннотация. Раскрыты основные понятия и сущность бюджетного планирования расходов на образование, осуществлена постановка проблемы исследования, проведен анализ финансирования расходов бюджета Республики Бурятия на образование.

Ключевые слова: бюджетное планирование, метод планирования бюджетных расходов, норматив бюджетного финансирования образования, БОР.

Dorzhieva Irina, C.
Romanova Tamara, G.
Buryat State Agricultural Academy

BUDGET EXPENDITURE ON EDUCATION IN THE REPUBLIC OF BURYATIA

Abstract. Basic concepts and Revealed the essence of budget planning in education spending, a problem the study, an analysis of the financing of the budget of the Republic of Buryatia.

Keywords: budget planning, budget planning method the standard budgetary funding for education, BOR.

Говоря непосредственно о расходах бюджета на образование, в первую очередь следует отметить, что это инвестиции, которые стимулируют экономический рост, повышают производительность труда, способствуют личному и социальному развитию и снижению социального неравенства

Основная цель бюджетного планирования состоит в том, чтобы сбалансировать намеченные расходы учреждения с финансовыми возможностями или ограниченными финансовыми ресурсами[1. С. 55]. Оно направлено на достижение устойчивого экономического роста, поддержание сбалансированности, создание условий для эффективного управления финансами на всех уровнях экономики.

В соответствии с бюджетной классификацией в расходы на образование включают затраты на дошкольное образование, на общее образование, на среднее профессиональное образование, на профессиональную подготовку и переподготовку и повышение квалификации, на высшее и послевузовское профессиональное образование, на молодежную политику и оздоровление детей, на

© Доржиева И.Ц., Романова Т.Г., 2017.

прикладные научные исследования в области образования и другие вопросы в области образования. Также область образования входит в компетенцию РФ, субъектов РФ и органов местного самоуправления.

Во многих странах мира основным источником финансирования расходов на образование являются средства бюджета, и Российская Федерация не исключение. Объем внебюджетных средств невозможно спрогнозировать с высокой степенью вероятности. Бюджеты различных уровней принимают неодинаковое участие в финансовом обеспечении разных учреждений образования. Так, средние школы на 99% финансируются за счет бюджетов субъектов Федерации и только на 1% – из федерального бюджета. В то же время высшие учебные заведения 96% средств получают из федерального бюджета и только 4% – из территориальных бюджетов [3. С. 499].

В сфере образования за региональным уровнем закреплено предоставление средств на финансирование дошкольного, начального профессиональное, среднего профессионального образование, а также молодежной политики [5. С. 11]. Так, с 2014 года все расходные полномочия по финансовому обеспечению дошкольного образования выполняют органы власти субъекта Российской Федерации.

Важным вопросом перспективного бюджетного планирования в образовании является определение наиболее эффективных методов расчета плановых показателей. Разные авторы неоднозначно подходят к определению и классификации методов планирования. Но на практике используются программно-целевой метод, метод бюджетирования, ориентированное на результат (БОР) и нормативный метод [1. С. 35]. При этом стоит отметить, что финансирование образовательных учреждений происходит именно на основе подушевого норматива (минимально допустимого объема финансовых средств, необходимых для реализации образовательной программы в учреждениях в соответствии с государственным стандартом общего образования в расчете на одного обучающегося в год, определяемый раздельно для учреждений, расположенных в городской и сельской местности).

Однако, до сих пор не принят единый оптимальный метод определения плановых бюджетных нормативов финансирования учреждений образования. Причиной этого служит влияние разнородных факторов, устранение или уменьшение масштабов негативных для планирования последствий которых возможно только в условиях комбинирования различных методов определения нормативов в сочетании с оптимизацией процесса распределении функции бюджетного планирования между разными уровнями управления, как системой образования, так и бюджетной системой страны.

Финансирование системы образования, как одной из наиболее приоритетных и значимых по объему предоставляемых услуг социальной сферы, в Республике Бурятия традиционно является существенной частью всех бюджетных расходов (табл. 1).

Таблица 1

Динамика расходов на образование из средств бюджета Республики Бурятия за период 2014-2016 гг.

Уровень образования	2014 г.		2015 г.		2016 г.	
	тыс. руб.	темп роста, %	тыс. руб.	темп роста, %	тыс. руб.	темп роста, %
Дошкольное образование	1 934,3	1943,4	2 335,6	120,7	2 045,5	87,6
Общее образование	7 427,4	92,6	7 148,4	96,2	6 759,9	94,6
Среднее профессиональное образование	1 610,2	101,7	1 505,3	93,5	1 490,9	99,0
Профессиональная подготовка, переподготовка и повышение квалификации	26,8	84,6	23,5	87,6	22,1	94,0
Молодежная политика и оздоровление детей	245,1	121,1	201,6	82,2	283,7	140,7
Прикладные научные исследования в области образования	5,0	100,0	4,0	80,0	7,9	197,5
Другие вопросы в области образования	194,9	19,0	242,5	124,4	229,9	94,8
Расходы, всего	11 443,8	104,3	11 460,9	100,1	10 839,8	94,6

Источник: составлено на основе данных МФ РБ.

Основным источником финансирования системы образования в Республике Бурятия выступают бюджетные средства. В 2014-2016 годы наблюдается сокращение расходов республиканского бюджета на образование с 11,4 млн. руб. в 2014 году до 10,8 млн. руб. в 2016 году, или на 5,3%. В структуре расходов республиканского бюджета на образование наибольший удельный вес занимают расходы на общее образование (от 65% в 2014 году до 62% в 2016 году), которые сократились на 9% и составили 6,7 млн руб. в 2016 году против 7,4 млн руб. в 2014 году. Расходы на дошкольное образование в структуре расходов республиканского бюджета занимают второе место. При этом наблюдается их резкий скачок в 2014 году (в 19 раз) по сравнению с 2013 годом. В 2016 году темп роста расходов на дошкольное образование по сравнению с 2014 годом составил 105,7%. Отметим также сокращение расходов на среднее профессиональное образование с 1,6 млн. руб. в 2014 году до 1,5 млн. руб. в 2016 году. Также сократились расходы на профессиональную подготовку и повышение квалификации в период 2014-2016 годы на 8%.

Таким образом, за анализируемый период наблюдается увеличение расходов, направляемых только на финансирование дошкольного образования.

Также необходимо рассмотреть действующие государственные программы, на основе которых происходит финансирование наиболее важных направлений расходования бюджетных средств.

В Республике Бурятия действуют 19 государственных программ, из них 6 в области социальной сферы.

Таблица 2

Исполнение бюджета Республики Бурятия по расходам на образование в разрезе Государственной программы «Развитие образования, науки и молодежной политики», млн. руб.

Наименование	2014 г.			2015 г.		
	Уточ. год. план	Исполнено	% исп.	Уточ. год. план	Исполнено	% исп.
Развитие образования, науки и молодежной политики	10 652,4	10 628,5	99,8	10 960,6	10 934,7	99,8
Дошкольное образование	1 957,6	1 934,2	98,8	2 339,1	2 335,6	99,9
Общее образование	7 083,9	7 083,4	100	7 063,0	7 041,4	99,7
Начальное и среднее профессиональное образование	1 398,0	1 397,8	100	1 308,9	1 308,2	99,9
Кадровая политика в системе образования	25,1	25,1	100	33,0	33,0	100
Наука и высшая школа	5,9	5,9	100	4,9	4,8	98,0
Молодежь Бурятии	12,7	12,7	100	12,3	12,3	100
Совершенствование государственного управления в сфере образования, науки и молодежной политики и создание условий для реализации ГП «Развитие образования, науки и молодежной политики»	169,3	169,3	100	199,5	199,4	99,9

Источник: составлено на основе данных о мониторинге и анализе Государственных программ РБ.

Исполнение бюджета Республики Бурятия по расходам в рамках Государственной программы «Развитие образования, науки и молодежной политики» достаточно эффективно. Так, уточненный годовой план практически всех подпрограмм исполнен в 100%-ном размере.

Анализ расходов бюджета Республики Бурятия показал постепенное сокращение расходов на образование, что соответствует общемировой тенденции, наметившейся на фоне кризиса. В цивилизованном мире снижение расходов на образование в кризис сопровождается ростом затрат на здравоохранение. В России же снижается объем ассигнований на всю социальную сферу. Расходы федерального бюджета на образование составляют 0,91% ВВП в 2014 г., 0,74% ВВП – в 2015 г. и в размере 0,69% ВВП – в 2016 году. Соответственно, происходит существенное сокращение расходов федерального бюджета на образова-

ние как доли от валового внутреннего продукта: доля в ВВП этих расходов снижается почти на четверть [3. С. 28].

Список литературы

1. *Горохов А.А.* Планирование бюджетных расходов в системе управления региональными финансами (на примере Ивановской области). Дисс. на соиск. уч. степ. канд. экон. наук. Иваново, 2011.

2. *Зитнер А.Н.* Анализ бюджетных расходов на образование в г. Омске / *А.Н. Зитнер*. 2014. С. 54.

3. *Клячко Т.Л.* Образование в России: основные проблемы и возможные решения / *Т.Л. Клячко*. М.: Изд. дом «Дело» РАНХиГС, 2013. 115 с.

4. *Коокуева В.В.* Финансовые аспекты развития образования в России / *В.В. Коокуева* // Фундаментальные исследования. 2012. №11-2. С. 498-502.

5. *Федорова И.Ю., Елистратова Е.Ю.* Совершенствование механизма финансирования системы образования / *И.Ю. Федорова, Е.Ю. Елистратова* // Финансовый журнал. 2012. №1. С. 149-158.

6. *Елистратова Е.Ю.* Особенности расходов бюджетов субъектов Федерации на образование. Дисс. на соиск. уч. степ. канд. экон. наук. Москва, 2016.

7. Официальный сайт Министерства финансов Республики Бурятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://xn--90anaogbv3a.xn--p1ai/report/380/ (дата обращения 15.01.2017).

УДК 330.342

Загузина Екатерина Геннадьевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ ВЫПОЛНЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ В РЕШЕНИИ ЗАДАЧИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены преимущества использования информационных технологий в органах государственной власти. В настоящее время проводится политика активной информатизации государственных органов и перевод государственных и муниципальных услуг в электронную форму. Создание единой инфраструктуры электронного правительства (ЕИЭП) возможно путем интеграции информационных систем органов государственной власти. Предшествующим этапом разработки информационной системы государственного органа является построение его функций и оказываемых услуг в виде модели бизнес-процессов. Автором приводятся аргументы применения методологии моделирования бизнес-процессов в государственных структурах. В качестве примера моделирования бизнес-процессов рассмотрена государственная услуга «Выдача и аннулирование охотничьего билета» органа исполнительной власти. Результаты проведенного исследования имеют теоретическое и прикладное практическое значение в процессе разработки технического задания на создание информационной системы органа государственной власти.

Ключевые слова: модель бизнес-процесса, государственная услуга, методология IDEF, процессный подход, информационная система, органы государственной власти.

© Загузина Е.Г., 2017.

Zaguzina Ekaterina, G.
Saint-Petersburg State University of Economics

MODELLING OF PROCESSES OF ACCOMPLISHMENT OF THE STATE SERVICES IN THE SOLUTION OF THE TASK OF INCREASE IN MANAGEMENT EFFICIENCY

Abstract. In article benefits of use of information technologies in public authorities are considered. Now the policy of active informatization of state bodies and transfer of the state and municipal services to an electronic form is pursued. Creation of the single infrastructure of the electronic government (SIEG) is possible by integration of information systems of public authorities. A prior development stage of an information system of state body is creation of its functions and the rendered services in the form of model of business processes. The author adduces arguments of application of methodology of modeling of business processes in government institutions. As an example of modeling of business processes the state service "Issue and Cancellation of the Hunting Ticket" of executive body is considered. Results of the conducted research have theoretical and applied practical value in the course of development of the specification on creation of an information system of public authority.

Keywords: business process model, state service, IDEF methodology, process approach, information system, public authorities.

Одной из важнейших характеристик государства является уровень информационно-аналитического обеспечения его деятельности, что обусловлено развитием информационных технологий [7]. Использование информационных технологий в деятельности органов государственной власти, в первую очередь, решает задачу повышения эффективности механизма государственного управления на основе формирования общей системы информационно-технологической инфраструктуры. Информационно-технологическая инфраструктура включает в себя государственные информационные системы и средства, обеспечивающие нормальное функционирование данных систем и их взаимодействие между собой [7]. В рамках этого, информационно-технологическая инфраструктура государственных органов позволяет наиболее эффективно и качественно оказывать государственные и муниципальные услуги населению, благодаря каналам быстрой передачи данных между различными ведомствами.

Важность внедрения информационных технологий в систему государственных органов состоит в том, что, по сравнению с другими видами трудовой деятельности, предметом приложения труда государственного служащего является информация. Эффективность оперирования информацией, проведения ее анализа, и управленческое решение на основе результатов анализа – основные составляющие деятельности государственного служащего. Наличие специализированной информационной системы каждого ведомства, профилирующейся на узкой категории задач и функций, является качественным показателем деятельности государственных органов.

Обращаясь к практике, стоит заметить, что преимущественным направлением на сегодняшний день является перевод перспективных государственных информационных систем и элементов инфраструктуры в единую инфраструктуру электронного правительства (ЕИЭП). Интеграция информационных сис-

тем в ЕИЭП будет происходить путем поэтапного перехода государственных органов власти на использование российских криптографических алгоритмов и средств шифрования при электронном взаимодействии между собой, с гражданами и организациями.

Согласно законопроекту Минкомсвязи, субъекты РФ вправе создавать свою ИКТ-инфраструктуру для взаимодействия в электронной форме органов государственной власти, органов местного самоуправления и других участников при условии ее размещения на технической инфраструктуре, входящей в состав ЕИЭП [5. С. 6].

Таким образом, происходит активная политика информатизации государственных структуры на всех уровнях власти. Однако создание эффективного инструмента управления информацией органов возможно при наличии информационных систем у большинства ведомств и государственных органов. Так, разработке структуры информационной системы конкретного ведомства предшествует этап построения его основных функций и процессов в виде модели. Моделирование процессов ведомства, в свою очередь, позволяет грамотно построить этапы выполнения функций и оказания государственных и муниципальных услуг, и, следовательно, оптимизировать данные процессы. Отсюда следует, что моделирование процессов решает две управленческие задачи:

− проведение оптимизации деятельности ведомства, выявление недостатков существующей модели;

− построение архитектуры информационной системы на основе оптимизированной модели процессов.

Взгляд на государство как на бизнес является довольно популярной точкой зрения многих IT-специалистов [3]. Сходство происходящих процессов проявляется в управлении данными процессами и их оптимизации. Использование методологий и стандартов архитектуры бизнес-процессов в государственных органах, упрощают процесс анализа и оценки процессов. Наличие разработанной бизнес-архитектуры является ключом к построению модели информационной системы государственного органа.

Построение архитектуры бизнес-процессов государственного органа включает исследование его структуры как «живого организма», в котором каждый элемент обладает своими функциями, выполняет определенные задачи и взаимодействует друг с другом для достижения стратегических, тактических и оперативных целей [1. С. 80].

В качестве примера рассмотрим процесс выполнения государственной услуги органом исполнительной власти – Республиканская служба по охране, контролю и регулированию использования объектов животного мира, отнесенных к объектам охоты, контролю и надзору в сфере природопользования (далее – Бурприроднадзор). В качестве бизнес-процесса рассмотрена государственная услуга «Выдача и аннулирование охотничьего билета».

Для описания бизнес-процессов органа использована методология описания бизнес-процессов IDEF (англ. Integration Definition Metodology – Объединение методологических понятий) семейства ICAM. Для моделирования про-

цессов применен метод IDEF0 – функциональный вариант методологии SADT [4. С. 57].

Следуя методологии, модель системы должна отвечать некоторому перечню вопросов, для того чтобы наиболее правильно отражать связи и функции системы. Построенная модель должна содержать ответы на вопросы:

− Какие требования предъявляются к пользователю услуги органом?

− Какие документы предоставляет пользователь услуги для выполнения государственной услуги?

− В каком случае орган вправе отказать в предоставлении услуги пользователю?

− Куда орган отправляет запросы на получение конфиденциальной информации?

− Кто ответственен за выполнение услуги?

На основании ответов, определены основные этапы бизнес-процесса – этапы оказания услуги «Выдача и аннулирование охотничьего билета»

Помимо этого, в рамках методологии определяются претенденты на «точку зрения» – позиция, от лица которой рассматривается данная модель. Претендентами в нашем случае являются сотрудник отдела органа, программист и пользователь государственной услуги. С учетом цели модели предпочтение следует отдать точке зрения сотрудника, поскольку она наиболее полно охватывает все этапы бизнес-процесса.

Субъектом модели является сам орган, информация, поступающая от других исполнительных органов, администраций районов и других организаций является информацией, исходящей из внешней среды.

При моделировании бизнес-процессов важно не брать во внимание организационную структуру субъекта [2. С. 11]. Организационная структура является лишь побочным эффектом выполняющихся функций и задач в данном ведомстве. В нашем случае, необходимо применить функциональный подход при построении IDEF0-диаграмм. Приведены контекстная диаграмма (рис. 1) и диаграмма декомпозиции (рис. 2) процесса выполнения государственной услуги.

Диаграммы построены в варианте модели «AS-IS» («как есть») – модели уже существующего процесса (функции). Обычно данная модель применяется для выявления «узких мест» и устранения недостатков системы, и строится на основе реально существующих процессов, происходящих в ведомстве В нашем случае, модель построена на основе существующего административного регламента предоставления государственных услуг.

Модель государственных услуг в виде бизнес-процессов является базой выполнения последующих этапов разработки информационной системы. Модель бизнес-процессов позволяет увидеть недостатки в существующей цепочке выполнения государственных услуг и функций, провести ее оптимизацию. Таким образом, моделирование бизнес-процессов косвенно решает проблему повышения эффективности работы государственных органов, построения четкого регламента выполнения функций и оказания государственных услуг.

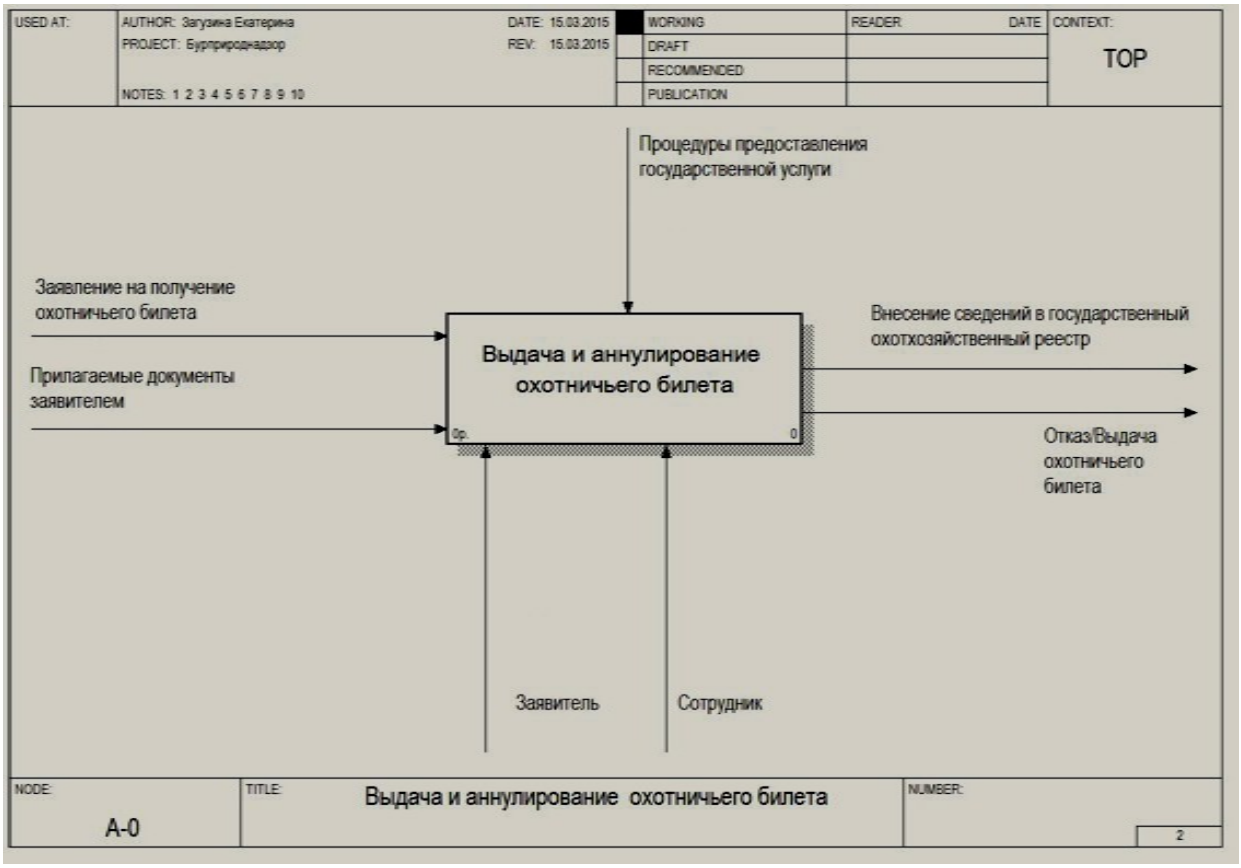


Рис 1. Контекстная диаграмма «Выдача и аннулирование охотничьего билета»

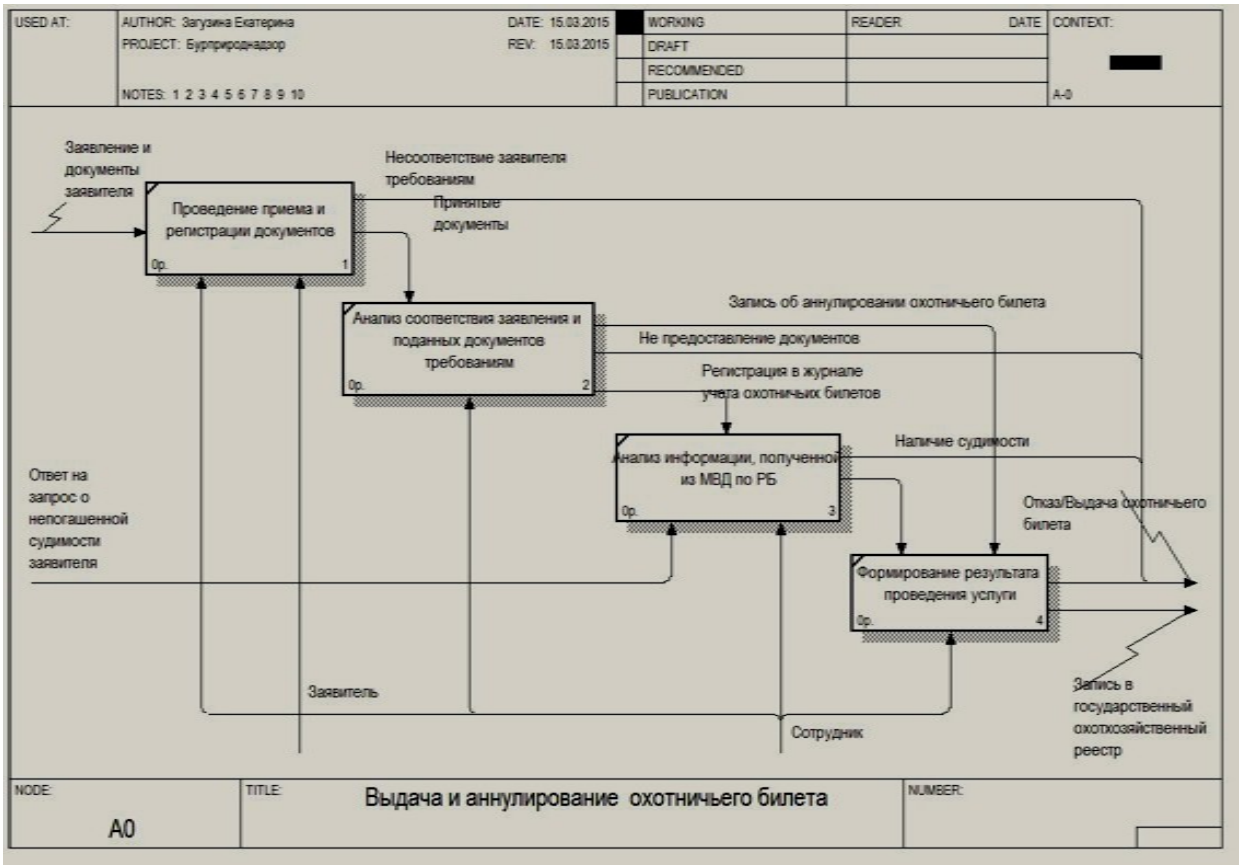


Рис. 2. Диаграмма декомпозиции «Выдача и аннулирование охотничьего билета»

Список литературы

1. *Барышникова М.Ю.* Инженерный менеджмент и информационные технологии / М. Ю. Барышникова. М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2010. 233 с.

2. *Бахтизин В.В.* Методология функционального проектирования IDEF0: Учеб. пособие по курсу «Технология разработки программного обеспечения» для студ. спец. 40 01 01 «Программное обеспечение информационных технологий дневной формы обучения» / *В.В. Бахтизин, Л.А. Глухова*. Мн. : БГУИР, 2003. 24 с.

3. *Григорьев Л.* Применение бизнес-инжиниринга к задачам государственного управления [Электронный ресурс] / *Л. Григорьев, Ф. Скрипка.* Режим доступа: http://bigc.ru/publications/bigspb/metodology/besm.php.

4. *Ковалев С.М.* Современные методологии и стандарты описания бизнес-процессов: преимущества, недостатки и области применения / *С.М. Ковалев, В.М. Ковалев* // Справочник экономиста. 2006. № 11 (ноябрь).

5. Российская Федерация. Законопроект. О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», Федеральный закон «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» и Федеральный закон «Об электронной подписи» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://d-russia.ru/wp-content/uploads/2016/11/edinaya_infrastruktura_proekt_16112016.pdf.

6. *Селищева Т.А.* Возможности инновационного роста российской экономики на современном этапе //Формирование инновационной экономики России: Колл. монография / Под ред. *Т.А. Селищевой*. СПб.: СПбГЭУ, 2014. 206 с.

7. *Туронок С.Г.* Информационные системы в государственном управлении / С.Г. Туронок // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. 2009. №3 (Т. 2).

УДК 332.145

Зарукина Елена Викторовна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ГОРОДСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА И ОБРАЗ ЖИЗНИ ГОРОЖАН: ПРОБЛЕМЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Аннотация. Статья посвящена вопросам проектирования развития современной городской инфраструктуры с учетом социальных эффектов урбанизации, в частности – изменений в образе жизни населения. Проанализированы практические аспекты развития городской инфраструктуры, выявлены негативные аспекты его влияния на образ жизни населения городов и агломераций, сформулирован вывод о необходимости совершенствования системного и комплексного подходов к проектированию развития городской инфраструктуры на основе рассмотрения категории «образ жизни».

Ключевые слова: городская инфраструктура, образ жизни, проектирование.

Zarukina Elena, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

INFRASTRUCTURE AND WAY OF LIFE IN CITY: DESIGN PROBLEMS

Abstract. Article is devoted to questions of modern city infrastructure development design taking into account social effects of an urbanization, in particular – changes in a way of life of citi-

© Зарукина Е.В., 2017.

zens. Practical aspects of development of city infrastructure are analysed, negative aspects of its influence on a way of life of the population of the cities and agglomerations are revealed, conclusion about need of improvement of system and complex approaches to design of city infrastructure development on the basis of consideration of category «way of life» is formulated.

Keywords: city infrastructure, way of life, design.

В качестве одного из ожидаемых результатов реализации государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года [1] рассматривается дальнейшее развитие процесса урбанизации, включая формирование крупных городских агломераций. В связи с этим представляется актуальным исследование вопросов проектирования развития современной городской инфраструктуры с учетом социальных эффектов урбанизации, в частности – изменений в образе жизни населения.

Понятие городской инфраструктуры трактуется не всегда однозначно, что во многом объясняется различиями во взглядах авторов и целями исследований.

В рамках данного исследования под городской инфраструктурой будем понимать совокупность объектов, призванных обеспечивать жизнедеятельность населения и нормальное функционирование предприятий и организаций на территории города (агломерации). Современная городская инфраструктура – это совокупность жизнеобеспечивающих подсистем, которые можно объединить в два основных блока: инженерная и социальная. К инженерным подсистемам городской инфраструктуры относятся: транспортная, энергетическая, водопроводно-канализационная, информационно-телекоммуникационная. Социальная инфраструктура включает объекты здравоохранения, образования, спорта, культуры, рекреации, торговли, внешнего благоустройства и ряд других.

Уровень развития инфраструктуры во многом определяет образ жизни населения и формирует как социально-экологические, так и социально-экономические условия жизнедеятельности. Категория «образ жизни», как важнейшая составляющая качества жизни [8], включает характеристики возможностей организации труда, быта и досуга человека. Обеспечение высокого качества жизни населения провозглашается, как правило, основной целью стратегических документов развития городов. Так, например, концепцией социально-экономического развития Санкт-Петербурга до 2020 года в качестве важнейших направлений деятельности Правительства города были признаны городская среда и транспорт, образование, здравоохранение, благоустройство, культура [2]. Обратимся к практическим аспектам развития городской инфраструктуры и его влиянии на образ жизни населения городов и агломераций.

Одной из существенных особенностей образа жизни жителей крупных российских городов становится увеличение «транспортной» составляющей в бюджете времени. Так, А.М. Лола, в своей работе, посвященной городскому и агломерационному управлению в России, отмечает: «Транспорт в городах и агломерациях сегрегируется не в пользу агломераций и большинства горожан. Парадоксально, в России происходит бурная автомобилизация, а затраты времени на транспорт растут» [5. С. 163]. При этом транспортная проблема имеет

два существенных аспекта: автомобильные пробки на дорогах крупных городов и низкий уровень развития внутриагломерационного транспорта.

По данным, опубликованным международной информационной группой «Интерфакс», в 2016 году Москва заняла второе место в мире по загруженности дорог: каждый автомобилист теряет в пробках в среднем 91 час в год. В европейском рейтинге за Москвой следуют Лондон (73 часа), Париж (65 часов), Стамбул (59 часов), Краснодар (56 часов), а также Цюрих, Санкт-Петербург, Сочи, Мюнхен и Нижний Новгород, в которых на пробки приходится около 50 часов в год [7].

Во многом проблемы транспортных пробок вызваны переуплотнением застройки, а, соответственно, перенаселением и переизбытком транспорта. Усугубляется проблема также и непродуманным размещением жилых массивов и деловых центров, как мест приложения труда горожан, что порождает колоссальные маятниковые пассажиропотоки в течение суток. Еще в 80-е годы XX века ученые отмечали явление «транспортной усталости» жителей крупных городов: «В крупнейших городах 30-40 % трудящихся затрачивают на дорогу до работы и обратно ежедневно около 2 часов, а 5-12 % – даже более того» [10. С. 67]. В ходе дальнейшего расширения территорий крупных городов и массовой автомобилизации, данная проблема всё более усугубляется, накладывая своеобразный отпечаток на образ жизни горожан.

Переуплотнение застройки приводит также к формированию техногенной среды, некомфортной для физического состояния и психики человека, что обостряет основное противоречие в системе городского образа жизни, выражающееся, по мнению И.С.Турова, в несоответствии между потребностями человека как социально-биологического существа и нарастанием искусственных компонентов городской среды обитания [9]. Обращаясь к тенденциям развития сферы благоустройства современных российских городов, можно отметить сокращение открытых природных пространств, недостаток объектов озеленения и их плохое состояние, наличие деградировавших и замусоренных территорий.

Несовершенство транспортной инфраструктуры и сферы благоустройства, в частности, низкий уровень озеленения городских территорий, приводит к усугублению экологической ситуации во многих городах, особенно – крупных. Так, например, по данным Минприроды России в 2015 году превышения гигиенических нормативов содержания загрязняющих веществ в атмосферном воздухе на территориях городских поселений чаще всего фиксировались на автомагистралях в зоне жилой застройки [4].

Низкий уровень качества общественных пространств, как с экологической, так и с эстетической точек зрения, не способствует непосредственной социальной коммуникации жителей. Как справедливо отмечает И.С.Туров, «для подавляющего большинства горожан состояние социальной изолированности и разобщенности остается жесткой реальностью, невзирая на концентрацию множества людей на незначительной территории, бурное развитие рынка и интенсификацию средств массовой коммуникации» [9. С. 133].

Городской образ жизни, в частности, быт жителей во многом определяется качественным и надежным снабжением такими жизненно важными ресурса-

ми, как вода, электроэнергия, газ, тепло. Возможные перебои в поставках и низкий уровень качества этих ресурсов при отсутствии альтернативных возможностей ресурсоснабжения, усиливают стрессовый характер городской жизни. Поэтому одним из важнейших практических аспектов развития инженерной инфраструктуры города является обеспечение достаточной мощности и высокой надежности соответствующих систем.

Сеть общедоступных объектов социальной инфраструктуры, в частности детских дошкольных учреждений, школ, поликлиник не всегда способна удовлетворить потребности жителей вновь возводимых жилых массивов. В это же время в так называемых депрессивных поселениях, находящихся в зоне влияния крупных городов, сеть социальных учреждений сворачивается.

Образ жизни современного горожанина во многом определяется характером его трудовой деятельности. Многие люди устремляются в крупные города в поисках работы, средств к существованию, комфортной жизни. Однако, обращаясь к результатам исследований процессов урбанизации, следует отметить, что часто сфера труда в крупных городах характеризуется существенными профессионально-квалификационными диспропорциями и не оправдывает ожидания вновь прибывающих жителей. Явление массового скопления людей, прибывших в город, но не нашедших работу и ведущих «трущобный» образ жизни (что характерно для ряда развивающихся стран), получило название «псевдоурбанизации». В той или иной степени это явление свойственно большинству крупных городов и способствует повышению уровня социальной напряженности и ухудшению криминогенной обстановки.

Рассматривая особенности процессов развития городов и городской инфраструктуры «сквозь призму» образа жизни человека, нельзя не отметить и процессы контрурбанизации. К таким процессам можно отнести дауншифтинг и распространение распределенного образа жизни [6], предполагающие полную или частичную смену городского образа жизни на сельский. Эти явления, ставшие мировыми трендами, возрождают актуальность постановки вопроса о проектировании образа жизни в процессе планирования территориального развития, что нашло отражение в научных публикациях советского периода (например, [3]).

На основе проведенного анализа особенностей современных процессов урбанизации можно сделать вывод о необходимости совершенствования системного и комплексного подходов к проектированию развития городской инфраструктуры на основе рассмотрения категории «образ жизни», что будет способствовать и повышению качества жизни населения и сбалансированному развитию территорий.

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 16.01.2017 №13 «Об утверждении Основ государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года».

2. Концепция социально-экономического развития Санкт-Петербурга до 2020 года (утв. постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 28.03.2012 №275).

3. *Барклянский Ю.А., Разинский Г.В.* Некоторые проблемы проектирования образа жизни (по материалам исследовательского проекта «Норильск-2000») / Междисциплинарный подход к проблемам личности и городского образа жизни. Том II. Вильнюс, 1983. С. 27-29.

4. Государственный доклад «О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2015 году». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.mnr.gov.ru/gosdoklad-eco-2015/health.html (дата обращения 25.02.2017).

5. *Лола А.М.* Городское и агломерационное управление в России: состояние и что делать. М.: Канон+» РООИ «Реабилитация», 2013.

6. *Моляренко О.А.* Распределенный образ жизни и контрурбанизационные процессы как факторы развития сельских и городских поселений // Вопросы государственного и муниципального управления. 2013. № 1. С. 43-63.

7. Москва заняла второе место в мире по загруженности дорог. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.interfax.ru/moscow/550707 (дата обращения 25.02.2017).

8. Стратегический выбор города: научное обоснование и механизм реализации (на примере г. Тольяттии Самарской области) / Под ред. *В.Е. Рохчина, С.Ф. Жилкина.* СПб.: ИСЭП РАН, 1999.

9. *Туров И.С.* Городской образ жизни: теоретический аспект // Социологические исследования. № 1. 1995. С. 131-134.

10. Управление развитием крупных городов / Под ред. И.И. Сигова. Л.: Изд-во «Наука», Ленинградское отделение, 1985.

УДК 351/354

Зыкова Вита Евгеньевна
Санкт-Петербургский горный университет

НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ОТРАСЛЕЙ РОССИИ

Аннотация. Предприятия производственной промышленности выступают важнейшим звеном народного хозяйства любого государства мира, оказывая значительное воздействие на уровень производительных сил общества. В связи со сложившейся политической обстановкой и в контексте глобализации, за последние годы сложился благоприятный набор факторов для развития промышленности и возрождения некоторых ее направлений. Так, в связи с импортозамещением, разрабатываются различные программы, инновационные проекты, однако на данный момент отсутствует единство и комплексность реализуемых мероприятий. В связи с тем, что производственная сфера весьма наукоемка и требует огромных вложений, без инвестиций государства, иностранных партнеров, а также частного сектора не представляется возможным дальнейшее развитие рассматриваемой отрасли. В данной работе рассматривается динамика развития промышленности России, анализируется влияние показателей промышленности на ВВП, определяются факторы конкурентоспособности отрасли, а также меры государственной и инвестиционной поддержки производства.

Ключевые слова: промышленность, производственные отрасли, государственная поддержка, Россия, ВВП, инвестиции, импортозамещение.

© Зыкова В.Е., 2017.

Zykova Vita, E.
Saint-Petersburg Mining University

DIRECTIONS OF STATE POLICY IN RUSSIAN INDUSTRIAL SECTOR

Abstract. All companies in manufacturing industry are important elements of the economy of any country of the world. They have a significant impact on the level of the productive forces of society. Due to the current political situation and in the context of globalization in recent years there are a number of favorable factors for the development of industry and the revival of some of its directions. So, due to the import substitution, a wide variety of programs and innovative projects are developing now, but at the moment there is no unity and complexity of ongoing activities. Due to the fact that the production sphere is very knowledge-intensive and requires huge investments, without investing of foreign partners, and the private sector, the further development of the sector can't be possible. This paper considers the dynamics of the industry in Russia, analyzes the impact of industry on GDP indicators, determines factors of the competitiveness of the industry, and measures the investment and state support of the production sphere.

Keywords: industry, manufacturing industry, state support, Russia, GDP, investment, import substitution.

Промышленность России заключается в наличии множества отраслей и предприятий. Россия – это одна из основных промышленных держав нашей планеты и одно из немногих государств, которое способно производить промышленные товары прочти всех типов. Поэтому все государства, сегодня стремятся так осуществлять свою политику, чтобы она способствовала повышению конкурентоспособности данного важного сектора народного хозяйства.

Под конкурентоспособностью сектора при этом понимают способность создать возрастающий объем добавленной стоимости, основываясь на увеличении результативности применения факторов производства, обеспечении инвестиционной привлекательности бизнеса и овладения новыми рынками. Отталкиваясь от принятого определения, наиболее общие показатели конкурентоспособности сектора, заключаются в объеме и динамике добавленной стоимости из расчета на одного занятого. Помимо этого, конкурентоспособный сектор экономики должен иметь такие признаки:

– существенный по масштабам и быстрорастущий объем рынка, на котором национальные компании обладают значимыми (устойчивыми или возрастающими) позициями;

– увеличение результативности применения факторов производства, которые обеспечивают растущий или высокий уровень рентабельности бизнеса.

Исходя из структуры и масштабов российской экономики, крупным предлагается считать сектор с объемами рынка более 3 млрд. долл. Под значимой устойчивой позицией национальных компаний понимается доля на рынке, свыше 2/3. Для экспортно-ориентированных производств также крайне важно стабильные или растущие объемы экспорта. Среди рынков неторгуемых товаров, признак доминирования национальных компаний бессодержателен и основным является динамика и уровень эффективности.

Объем ВВП России за 2015 г., по первой оценке, составил в текущих ценах 80412,5 млрд. рублей. Добыча полезных ископаемых в структуре ВВП заняла всего 1,1%. Обрабатывающие производства испытали на себе множество

сложностей в 2015 году. Показатель динамики объёма промышленного производства, его спада или подъёма, в России заключается в индексе промышленного производства. Российская статистика отталкивается от рекомендаций международных статистических организаций в сфере индексных расчетов.

В целом, Росстат делит всю российскую промышленность на три основные категории:

– добывающая промышленность или добыча полезных ископаемых (24%), к которой принадлежат отрасли, которые связаны с обогащением и добычей рудного и нерудного сырья, а также с ловлей рыбы, добычей морского зверя и иных продуктов добытых из морей;

– обрабатывающие производства (65%), в которые входят предприятия перерабатывающие продукцию добывающей промышленности, полуфабрикатов, а также по переработке продукции от лесного и сельского хозяйств и другого сырья;

– распределение и производство электроэнергии, воды и газа (11%) состоит из предприятий, деятельность которых объединена со снабжением газом, электроэнергией, паром и водой с применением постоянной инфраструктуры (сетей) линий электропередач и трубопроводов [3].

Наиболее развитыми отраслями в России являются добыча и переработка углеводородов, химическое производство, металлургия, машиностроение, пищевое производство и производство различного рода транспорта.

Индекс промышленного производства, по данным Росстата, снизился в марте на 0,5 % по сравнению с соответствующим периодом прошлого года, в I квартале падение составило 0,6 %. Добыча полезных ископаемых за I квартал оставалась в зоне роста (+3,4 %, г/г), в это же время, обрабатывающие производства показали за аналогичный период соизмеримые темпы падения (-3,1 %, г/г) [2].

Рис. 1. Индексы промышленного производства и показатель к значению предыдущего периода.
Источник: составлено автором на основе данных Минпромторга.

Если рассматривать период с середины 90-х годов, в особенности во время экономических кризисов, в России происходило сокращение численности промышленных предприятий и объемов их производств, особенно в легкой индустрии и машиностроении. Эти перемены сопряжены с сильным износом оборудования и малым уровнем внедрения инноваций в производство, из-за чего продукция предприятий становится дорогостоящей и не способна конкурировать с иностранными аналогами.

Уменьшение темпов производства, за период от 2014 до 2015 года, связано с заграничными санкциями, а также сильно упавшим курсом рубля и уменьшением инвестиций. Довольно много отраслей в промышленности столкнулись с ростом цен на импортное сырье. Произошел сильный спад инвестиций в ключевой капитал, в строительство, уменьшился оборот в розничной торговле, уменьшились темпы обрабатывающих производств. В январе-феврале 2016 года также происходило снижение производства добывающей промышленности. В сравнении с декабрем прошедшего года продукции произвели меньше на 5,2%. На протяжении февраля объемы производства вновь уменьшились на 4,1%. Следовательно, сокращение коснулось большинства отраслей – этому содействовал низкий спрос на продукцию, а также увеличение закупочных цен вследствие девальвации рубля. Многими предприятиями стали сокращаться резервы и увольняться рабочие.

Данные показатели не могли не повлиять и на валовый внутренний продукт страны. Проанализируем вклад промышленности в ВВП России (табл. 1).

Таблица 1

Динамика части промышленного производства в общей сумме ВВП России

Показатель	2013	2014	2015
Объем производства промышленных товаров в текущих рыночных ценах, млрд. руб.	41372,4	45116,7	47969,6
Валовой внутренний продукт в текущих рыночных ценах, млрд. руб.	66689,1	77893,1	80412,5
Доля промышленного производства в общей сумме ВВП, %	62,04	57,92	59,65

Источник: [4]

Из данных табл. 1 мы видим, что часть от промышленного производства в общей сумме ВВП достаточно высока и равна более чем половине ВВП. В разбираемом нами промежутке времени наблюдается общее уменьшение доли промышленного производства в ВВП государства с 62,04% за 2013 год до 59,65% за 2015 год. Однако следует заметить, что в последний год показатель увеличился на 1,73%. Часть от промышленного производства в ВВП уменьша-

ется, и это показывает нам, что кризис в государстве еще не преодолен. Сокращается промышленность на фоне увеличения издержек (удорожание кредитов, спад курса национальной валюты), дефицита инвестиций, малого платежеспособного спроса из-за урезания заработных плат. Как выше было отмечено, один из факторов, замедляющих рост объемов в промышленном производстве, является нехватка инвестиций в данную сферу. Инвестиции являются обязательным ресурсом для промышленности. Их дефицит является толчком к замедлению производства, на что указывают данные за последние два года. По информации из Росстата в 2014 году был замечен спад инвестиций в развитие промышленности России. Всего в главное производство вложили инвестиций на 13,5 триллионов рублей, это больше на 1 триллион, чем за 2013 год, но рост произошел лишь из-за инфляции. Если сопоставлять объемы инвестирования в сравнимых ценах (т.е. в ценах 2013 года), то они уменьшились на 2,7% [1].

Ситуация, усугубляющая функционирование предприятий в области инвестирования, является и проблемой больших процентных ставок. В конце ноября 2014 года основная ставка Центробанка резко возросла с 6,5% до 17%. В связи с этим уменьшились объемы кредитования. На производстве негативно сказались и заграничные санкции. Вследствие чего существенно затруднился доступ зарубежных инвестиций в экономику России.

За промежуток времени с январь по май 2015 года снижение инвестиций в главный капитал было равно 4,8%. Оно было вызвано уменьшением привлеченных средств, что напрямую связанно с удорожанием кредитов, импортной продукции оборудования и машин из-за девальвации рубля. Падение инвестиций является длительным явлением, которое началось с 2013 года и идет до сих пор (рис. 2).

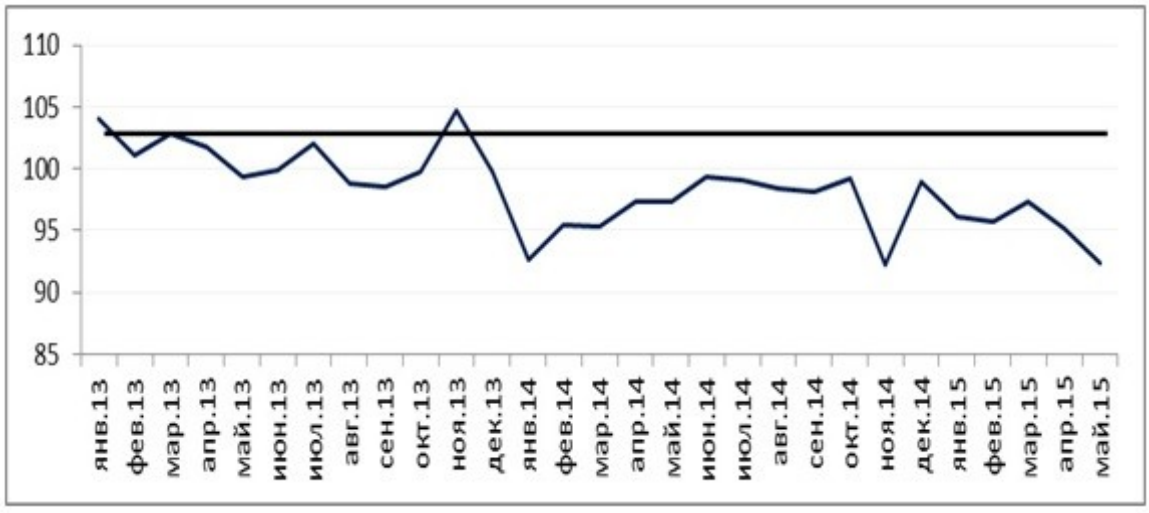


Рис. 2. Инвестиции в основной капитал, в % (по данным Росстата)

Показателем инвестиций отражается корреляционная зависимость с объемами промышленного производства. Инвестициями в основной капитал демонстрируется тенденция дальнейшего падения. Самые плохие показатели ин-

вестиционных вложений наблюдаются в январе и ноябре 2014 года, а также в мае 2015 года.

Уменьшение инвестиций связано с понижением объемов государственной поддержки и объемов привлеченных средств из-за понижения доходности бизнеса.

К наиболее значимым факторам, которые оказывают влияние на конкурентоспособность отрасли, можно отнести:

– позиционирование внутри мирового рынка, т. е. уровень экспортной ориентированности производства (ее динамика и количество экспорта в выпуске);

– позиционирование на внутреннем рынке в сравнении с иностранными конкурентами (доля импорта продукции на рынке, ее динамика). Этот и предшествующий фактор являются результатом разложения на составляющие так называемого «индекса специализации» (отношение объема производства продукции к объему потребления), также использующегося для характеристики уровня конкурентоспособности сектора;

– достигнутый технологический уровень отрасли, который выражается в качественных характеристиках мощностей и размере накопленных инвестиций, а также в прогрессе в данной сфере (интенсивность инвестиционной активности);

– уровень концентрации на рынках (наличие больших результативных отечественных компаний), который достаточно высок для конкуренции с мировыми компаниями – лидерами в аналогичных областях. Параметры эффективности работы крупных компаний должны превышать среднеотраслевое значение, т.е. рост концентрации не должен приводить к снижению эффективности вследствие возникновения монопольных эффектов (использования доминирующего положения на рынке);

– снабжение сырьевой базой, развитость кооперационных связей, историческая «привязанность» к производителям потребителей;

– уровень правоприменения и размеры теневого сектора.

Для оценивания результативности деятельности российской промышленности рейтинговое агентство АК&М каждый год проводит ранжирование 16 видов экономической деятельности, согласно общероссийскому классификатору. Итоговый рейтинг экономической результативности отраслей российской промышленности говорят нам о том, что высоких результатов в своей работе добиваются те типы экономической деятельности, которые в основном работают на экспорт.

Вырабатывание единой системы по государственной поддержке промышленности – долгий и тяжелый процесс, который основывается на:

– законодательной и нормативной базе, определяющей характерные условия деятельности субъектам предпринимательства, регулирующей процедуры для принятия решения и методы и формы его поддержки;

– правоприменительных механизмах, гарантирующих законность и равноправие для малого бизнеса при работе с органами власти и иными хозяйствующими субъектами;

– обеспечении защиты и безопасности предпринимателя от криминала;

– системе особых институтов, которыми обеспечивается разработка и реализация государственной политики по поддержанию промышленности (органы государственного управления и власти, организации предпринимателей и общественные объединения, особые объекты инфраструктуры для поддержания предпринимательства, которые создаются при помощи частного и государственного капитала – технологические парки, фонды, страховые и кредитные учреждения, бизнес инкубаторы, промышленные полигоны и зоны, консультативные, учебные, лизинговые, информационные и обслуживающие структуры и т.д.);

– государственных программах, программах социально-экономического развития регионов, определяющих конверсию предприятий ВПК и реструктуризацию промышленности, инвестициях в региональное и отраслевое развитие, поставках для нужд государства, формах занятости, миграционных потоках и т.д.;

– ресурсном (производственных площадях, земельных участках, оборудовании) и финансовом обеспечении (в том числе бюджетном ассигновании), необходимом для реализации мер по поддержанию бизнеса, совместно с созданием механизмов и условий для вовлечения иностранных и частных отечественных инвестиций, а также радикального усовершенствования всей налоговой системы.

Итак, государственная поддержка промышленности представляет собой сознательное создание правовых и экономических стимулов и условий для развития отрасли, а также вложение в него финансовых и материальных ресурсов на весьма выгодных льготных условиях, без которых непрерывное развитие рассматриваемой отрасли представляется невозможным. Политика, которую воплощают в указах, законах, постановлениях, приказах и иных нормативно-правовых актах органов исполнительной власти, реализует, прежде всего, государственная служба. Она же и является «головной организацией» по осуществления промышленной политики государства. Различные направления реализуются с разной степенью интенсивности, что, в свою очередь, требует постоянного контроля и анализа, для своевременного внесения корректив в политику государства.

Список литературы

1. *Дикуль Л.О.* Приоритетные направления венчурной инвестиционной деятельности в промышленном секторе экономики// Экономика, статистика и информатика. 2011. №4. С. 30-35.

2. Матрица промышленной политики России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://minpromtorg.gov.ru/ (дата обращения 10.02.2017)

3. Промышленное производство. Федеральная Служба Статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/ (дата обращения 10.02.2017)

4. Федеральный закон от 19.12.2016 №415-ФЗ «О федеральном бюджете на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов».

УДК 35.082.1

Иванова Марина Вячеславовна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕДУР ОТБОРА КАДРОВ НА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЕ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Аннотация. В статье анализируются направления совершенствования процедур отбора кадров на государственной службе в целях повышения ее эффективности. Рассматривается возможность использования в России принципов профессиональной меритократии, изменения системы квалификационных требований и конкурсных заданий.

Ключевые слова: государственная служба, меритократия, отбор кадров.

Ivanova Marina, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

SELECTION PROCEDURES ENHANCEMENT AS A WAY TO INCREASE PUBLIC SERVIVE EFFICIENCY

Abstract. The article deals with ways of enhancement of civil servants selection process. Author is considering using the principles of professional meritocracy and changing the system of requirements and exams.

Keywords: public service, meritocracy, selection process.

Качество и эффективность функционирования государственного аппарата не в последнюю очередь зависят от профессионального уровня, качественных характеристик и потенциала персонала управления.

М.Вебер в качестве характеристик идеальной бюрократии указывает рациональность, высокий профессионализм и аполитичность. Все эти качества должны обеспечиваться целым рядом факторов и специальных процедур, среди которых: рекрутирование на основе открытых конкурсов, продвижение по иерархической лестнице внутри организации на основании принципов меритократии, деполитизация карьеры и функциональных обязанностей, профессионализация, конкурентоспособное вознаграждение, привязанное к должности и определенные социальные гарантии.

П. Эванс и Дж. Роч установили, используя статистические данные по развивающимся странам, что степень приближения качества бюрократии к «веберовскому идеалу» будет положительно влиять на результаты деятельности государства и, в частности, на темпы экономического роста [3].

Необходимым институциональным условием создания высококвалифицированного и эффективного аппарата государственной службы является установление и последующее соблюдение принципов «входа» на госслужбу, т.е. от-

© Иванова М.В., 2017.

бора и продвижения лучших кадров на основе объективной оценки их профессиональных знаний и качеств. Среди них: основанное на меритократическом принципе и конкурентное рекрутирование, в отличие от политически или личностно мотивированных решений о найме; обеспечение чиновникам долговременной и предсказуемой карьеры. Последнее логичным образом ведет к заполнению средних и высших должностей в организационной иерархии преимущественно через внутреннее продвижение – «внутренний рынок труда»[3, 4].Отличительной особенностью государственной службы также является нормативно-правовое закрепление работы с персоналом.

Подчеркнем, что представляется критически важной концентрация усилий именно на процессе отбора персонала (как первичного, так и в процессе продвижения). В.Е. Гимпельсон и В.С. Магун устанавливают ряд причин этого: во-первых, именно качественный отбор обеспечивает селекцию наиболее квалифицированных и производительных работников. Поскольку издержки увольнения в этой сфере высоки, то исправление ошибок, совершенных при найме, очень затруднено. Во-вторых, благодаря объективным процедурам отбора у нанятого служащего обеспечивается определенная автономия от вышестоящих руководителей, что препятствует созданию замкнутых кланов, создает почву для более эффективного взаимного контроля. Тем самым обеспечивается приоритет интересов общества и государства, а не интересов начальства. В-третьих, конкурсный отбор при «входе» обеспечивает равный доступ к государственной службе, что не только обеспечивает социальную справедливость, но и увеличивает возможности нахождения наиболее достойных кандидатов. В итоге отбор исполнителей для тех или иных функций влияет на качество исполнения этих функций гораздо сильнее, чем какие-либо иные воздействия на уже отобранных исполнителей – их обучение, стимулирование и т.п. [4].

В российской системе государственной гражданской службы в основу отбора кадров положены два принципа: принцип равного доступа граждан к государственной службе и принцип профессионализма и компетентности служащих. На базе баланса этих, в некоторых случаях противоречащих друг другу принципов, установлены принципы, нормы и процедуры формирования и развития кадрового состава служащих.

Федеральный закон №79 «О государственной гражданской службе Российской Федерации» устанавливает также принципы формирования кадрового состава гражданской службы: «назначение на должность гражданской службы гражданских служащих с учетом их заслуг в профессиональной служебной деятельности и деловых качеств; совершенствование профессионального мастерства гражданских служащих» [1]. В статье 22 указано, что поступление гражданина на гражданскую службу осуществляется по результатам конкурса. Конкурс заключается в оценке профессионального уровня претендентов на замещение должности гражданской службы, их соответствия установленным квалификационным требованиям к должности гражданской службы.

В соответствии с законодательством в число квалификационных требований к должностям государственной гражданской службы входят требования к

уровню профессионального образования, стажу государственной службы или опыту работы по специальности, профессиональным знаниям и навыкам, необходимым для исполнения должностных обязанностей.

Таким образом, следует признать, что отбор персонала на государственной гражданской службе осуществляется на базе квалификационного подхода, а значит, на базе оценки, во многом, формальных критериев без подробной проверки реального уровня компетентности кандидата. Данный подход позволяет реализовать принцип равного доступа к службе, однако в достаточной степени ограничивает реализацию принципа профессионализма и компетентности, а также ценностей меритократии как идеологической основы отбора.

Меритократическая идеология отбора чиновников традиционно является основой демократической, рациональной, профессиональной государственной службы. Переход от аристократической идеологии к республиканской в части заполнения высших государственных должностей через выборы, тем не менее, не исключил полностью возможности выборных чиновников заполнять подчиненные должности. Право избранных политических лидеров назначать на государственные должности лиц, которые кажутся им наиболее подходящими – наследие аристократической идеологии. В системе веберовской бюрократии это является отклонением от нормального функционирования.

Меритократия, в свою очередь, может быть основана на двух подходах:

1) академическая (образовательная) меритократия – отбор и наем сотрудников, имеющих лучшие показатели в образовании, процесс отбора построен на стандартизированных тестах/заданиях, разработанных с точки зрения проверки знаний;

2) профессиональная (компетентностная) меритократия – отбор и наем кандидатов, показавших лучшие результаты в профессиональной деятельности, процесс отбора построен на практических заданиях, разработанных экспертами и действующими служащими.

Обе идеологии, фактически, удостоверяют уже достигнутый уровень кандидата. Образовательная меритократия предполагает дополнительное профессиональное обучение/тренинги после прохождения отборочных процедур, чаще всего – в процессе профессиональной деятельности. Профессиональная меритократия предполагает некоторый достигнутый уровень профессионального мастерства и дальнейшую его поддержку и развитие через систему повышения квалификации.

Российская система конкурсного отбора на должности государственной службы фактически совмещает в себе черты образовательной и профессиональной меритократии. Она основана на стандартных квалификационных требованиях и в достаточной степени стандартизированных тестах, разработанных для их проверки. По большинству квалификационных требований к профессиональным знаниям и навыкам существуют типовые тестовые задания, банк которых создан Министерством труда и социальной защиты. Конкурсные процедуры не включают практических заданий и заданий, проверяющих конкретные навыки.

Вместе с тем, отнести российскую систему к полностью образовательной меритократии не представляется возможным, поскольку прямой зависимости между образовательным уровнем и успехом в конкурсе нет (это ограничение накладывается установленными квалификационными требованиями).Чертой, пришедшей из профессиональной меритократии, является установление в качестве одного из квалификационных требований стажа государственной службы или опыта работы по специальности. При этом важно подчеркнуть, что с повышением по иерархии должностей важность стажа именно государственной службы, а не работы вне системы государственного управления повышается, что подтверждает наличие ориентации на внутренний рынок труда.

Важным ограничением работы веберовских принципов и принципов меритократии в российской системе государственной службы является концентрация «оборота» кадров на нижних этажах и традиционная блокировка продвижения с нижних «этажей» по карьерной лестнице вверх. Это ограничивает конкурентное давление на вышестоящих чиновников снизу, что сочетается с отмеченным выше ограничением конкуренции «извне» с ростом уровня должности. Такая практика вызывает фактическую монополизацию высших должностей, что создает препятствия к накоплению специфического человеческого капитала в государственном аппарате. При этом естественно предположить, что кадровая политика в таком случае имеет сильный личностный акцент, направленный на формирование внутренних команд или кланов, связанных клиентарными связями.

В качестве возможного пути решения проблем можно предложить ряд направлений совершенствования процедур отбора кадров.

Основой изменений должен стать выбор преобладающей идеологии отбора. Смешение профессиональной и академической меритократии показало свою несостоятельность. Элементы образовательной меритократии создают «помехи» для нормального функционирования процедур отбора, снижая его качество. Выбор в пользу внедрения принципов профессиональной меритократии основан также на анализе опыта развитых стран.

Необходимо привести конкурсные процедуры в соответствие с требованиями чистой профессиональной меритократии: разрабатывать компетентностные, практические задания, связанные со спецификой будущей работы и отказаться от квалификационного, знаниевого подхода в проверке.

Вероятной претензией к использованию подхода, основанного на менее стандартизированных, компетентностных заданиях, может стать ограничение реализации принципа равного доступа граждан к государственной службе. Действительно, при использовании данного подхода больший вес приобретают профессиональные умения и навыки, полученные в самой системе государственной службы (что, однако, является логичным следствием ориентации на внутренний рынок труда). Для решения этой проблемы предлагается перенести акцент реализации принципа равного доступа с механизма отбора на систему квалификационных требований. В частности, представляется перспективным изменение квалификационных требований к стажу государственной службы на более высоких должностях, а именно, устранение разрыва между требованиями к стажу государственной службы в сравнении с требо-

ваниями к опыту работы по специальности вне системы государственной службы. Уравнивание требований к требуемому количеству лет работы по специальности и стажу государственной службы позволит решить несколько имеющихся проблем. В первую очередь, таким образом доступ «извне» системы становится более открытым не только на низших должностях. Принцип равного доступа реализуется, вместе с этим усиливается конкурентное давление на действующих чиновников, что оказывает оздоравливающее влияние на кадровые процессы в бюрократической системе, а значит – на общий уровень ее эффективности. При этом использование принципов профессиональной меритократии и соответствующих процедур отбора позволит не допустить снижения общего уровня компетентности из-за этих изменений и продолжит поддерживать положительные следствия акцента на внутренний рынок труда, в частности, накопление человеческого капитала служащих во время карьерного движения.

Таким образом, перераспределение баланса принципов равного доступа и профессионализма и компетентности в сторону последнего, а также переход к чистой профессиональной меритократии без элементов академической, будет способствовать приближению системы государственной службы к веберовским принципам и повышению эффективности ее функционирования.

Основным механизмом внедрению этих изменений становится пересмотр квалификационных требований в части стажа государственной службы или опыта работы по специальности, а также пересмотр подхода к формированию конкурсных заданий для кандидатов.

Дополнением к предлагаемым нововведениям может стать включение в рассмотрение при проведении конкурса оценки профессиональных успехов в предыдущей деятельности, поскольку в настоящее время основой для принятия решения о победе в конкурсе формально является только успех в выполнении конкурсного задания (теста, собеседования и т.д.). Вместе с тем, для действующих государственных служащих в случае продвижения на вышестоящие должности конкурсная комиссия часто неосознанно, автоматически учитывает имеющиеся у нее знания о профессиональных успехах кандидата. Это ставит в неравные условия кандидатов «извне». Возможность официального использования в конкурсе доказательств своих достижений на предыдущем месте работы создает более равные условия, а кроме того, позволяет более полно реализовать принципы профессиональной меритократии и, в некоторой степени, очистить результаты конкурса от «помех» стресса кандидатов, зависимости результата от попавшегося задания и т.п.

Однако, последнее предложение является концептуальным и требует дальнейшей проработки в практических рекомендациях.

Список литературы

1. Федеральный закон №79-ФЗ от 27.07.2004г. «О государственной гражданской службе в Российской Федерации».

2. Указ Президента РФ от 16.01.2017 №16 «О квалификационных требованиях к стажу государственной гражданской службы или стажу работы по специальности, направлению

подготовки, который необходим для замещения должностей федеральной государственной гражданской службы».

3. *Evans P., and Rauch J.* Bureaucracy and growth: A cross-national analysis of the effects of «Weberian» state structures on economic growth // American Sociological Review. Oct. 1999. Vol. 64. №5.

4. *Гимпельсон В.Е., Магун В.С*. Найм и карьера молодых чиновников: идеи М. Вебера и российская реальность // Россия реформирующаяся: Ежегодник. 2004 / Отв. ред. *Л.М. Дробижева*. М.: Институт социологии РАН, 2004. С. 125-156.

УДК 334

Калязина Елена Геннадьевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ

Аннотация. В данной статье представлен краткий обзор методов оценки деятельности государственных гражданских служащих. Рассмотрены методики, разработанные Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации. Проанализированы основные направления подходов к изучаемой проблематике в научном сообществе. Изучен практический опыт оценки деятельности госслужащих в органе государственной власти.

Ключевые слова: оценка деятельности гражданских служащих; управление кадровым составом государственной службы, показатели эффективности и результативности; компетентностный подход; система KPI.

Kalyazina Elena, G.
Saint-Petersburg State University of Economics

MODERN METHODS FOR EVALUATING OF PUBLIC CIVIL SERVANTS

Abstract. This article provides an overview of methods for assessing the activity of state civil servants. The techniques developed by the Ministry of Labor and Social Protection of the Russian Federation. Analyzed the main directions of approaches to study the problems in the scientific community. Examine the practical experience of performance evaluation of civil servants in public authorities.

Keywords: evaluation of civil servants; management of the public service staffing structure, indicators of efficiency and effectiveness; competence-based approach; KPI system.

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 11.08.2016 №403 основными направлениями развития государственной гражданской службы Российской Федерации на 2016–2018 годы являются:

© Калязина Е.Г., 2017.

− совершенствование управления кадровым составом государственной гражданской службы Российской Федерации (далее – гражданская служба) и повышение качества его формирования;

− совершенствование системы профессионального развития государственных гражданских служащих РФ, повышение их профессионализма и компетентности;

− повышение престижа гражданской службы;

− совершенствование антикоррупционных механизмов в системе гражданской службы.

В целях реализации вышеуказанного нормативно-правового акта уполномоченными государственными органами должно быть обеспечено совершенствование организационных основ управления кадровым составом гражданской службы.

Данная тема является актуальной и в научном сообществе. Оценка деятельности государственных гражданских служащих в контексте компетентностного подхода рассматривается в монографии «Современные кадровые технологии на государственной гражданской службе» [2]. Концептуальной основой внедрения компетентностного подхода является модель компетенций.

Авторами объединены все многочисленные показатели эффективности и результативности служебной деятельности гражданских служащих:

1. Показатели конечного эффекта (направления деятельности органа власти, на которые госслужащий может оказывать влияние);

2. Показатели принятия и исполнения управленческих и иных решений, т.е. показатели непосредственного результата (повседневная работа госслужащего, реализация краткосрочных планов и поручений руководства);

3. Показатели правового, организационного и документационного обеспечения исполнения указанных решений, т.е. показатели процесса и связанных с ними различных процедур (выполнение госслужащим своих обязанностей в рамках административного и должностного регламентов).

По результатам оценки деятельности госслужащего – соответствует требованиям, ниже требований, не соответствует требованиям – эксперты выявляют профессиональные компетенции, требующие дополнительного развития.

Популярность набирает система KPI (система финансовых и нефинансовых показателей, влияющих на количественное или качественное изменение результатов деятельности по отношению к стратегической цели) в отношении деятельности органов государственной власти.

KPI – это количественные индикаторы достижения поставленных целей, заранее выявленные, согласованные между заинтересованными службами и отделами того ли иного органа государственной власти и отражающие главные факторы успеха органа государственной власти. Эти показатели включают в себя эффективность и результативность работы государственных структур, их подразделений, эффективности работы государственных гражданских служащих по выполнению своих непосредственных обязанностей [1].

Интегральную оценку качеств служащих рассматривает В.В. Черепанов [3]. Это комплексная объективная оценка, определяющая степень результативности деятельности госслужащего, способствует не только эффективности от-

бора, подготовки, переподготовки, но и расстановке и перемещению работников, планированию карьеры, повышению квалификации.

В рассматриваемом источнике представлен перечень основных компонентов интегративной оценки:

1. Объективные компоненты (например, анкетные данные, документы об образовании, рекомендации);

2. Личностные качества (например, объем общих и индивидуальных знаний, разнообразие профессиональных умений и навыков, организаторские качества, деловые качества, психофизические свойства);

3. Работоспособность и действенность (например, интенсивность, продуктивность, самоорганизованность, способность самостоятельно и быстро принимать решения);

4. Межличностные отношения (например, организационные отношения, эмоциональный характер отношений, технологические отношения).

В результате такого подхода весь персонал государственной службы может быть распределен на несколько условных категорий, подразумевающий определенный характер деятельности и уровень занимаемой должности гражданской службы.

Стоит отметить, разработанные компоненты интегральной оценки применимы не только к гражданским служащим, но и будут интересны и актуальны для любой коммерческой организации.

Активно занимается проблематикой оценки деятельности государственных гражданских служащих Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации (далее – Министерство). Министерством разработаны такие методики как: Методический инструментарий по внедрению комплексной оценки профессиональной служебной деятельности государственных гражданских служащих (включая общественную оценку) в 2013 году; Методика оценки эффективности и результативности профессиональной служебной деятельности государственных гражданских служащих, реализующих контрольные (надзорные) функции в 2016 году и Методика всесторонней оценки профессиональной служебной деятельности государственного гражданского служащего в 2016 году. Последняя представляет особый интерес для изучения, поскольку проведение всесторонней оценки необходимо не только для представителя нанимателя, а также для гражданского служащего, так как позволяет ему получить информацию о том, как его оценивает непосредственный руководитель, все ли он делает правильно при исполнении должностных обязанностей, в чем заключаются его слабые стороны, что необходимо для его дальнейшего профессионального развития и должностного роста [4].

Всестороннюю оценку рекомендуется проводить путем составления непосредственным руководителем отзыва об исполнении гражданским служащим должностных обязанностей, содержащего оценку гражданского служащего по следующим параметрам:

− эффективность и результативность профессиональной служебной деятельности гражданского служащего;

− квалификация;

− профессиональные и личностные качества (компетенции).

Министерством предлагается руководителю заполнить опросный лист с очень емкими и точными характеристиками параметров оценки подчиненного, что сильно отличает рассматриваемую методику от других, более громоздких и трудоемких. Также положительно можно оценить и тот факт, что форма отзыва подходит для различных органов государственной власти. Методика не предполагает разработку отдельного паспорта компетенций/ профессиональной квалификации для каждого сотрудника, что позволяет существенно экономить время кадровых служб и руководителей структурных подразделений.

Плановая всесторонняя оценка госслужащего может проводиться в рамках аттестации (часть 4 статьи 48 Федерального закона от 27 июля 2004 г. № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации»).

Кроме того, результаты плановой всесторонней оценки могут учитываться при принятии решений о:

− необходимости профессионального развития гражданского служащего, в том числе посредством направления его на обучение по программе дополнительного профессионального образования;

− необходимости должностного роста гражданского служащего в случае наличия должности, назначение на которую осуществляется без проведения конкурса, или его горизонтального перемещения в другое структурное подразделение государственного органа;

− целесообразности включения гражданского служащего в кадровый резерв государственного органа в целях создания возможности для его дальнейшего должностного роста;

− размере премии за выполнение особо важных и сложных заданий и иных премиальных выплат (при их осуществлении в государственном органе);

− поощрении и награждении.

В настоящее время органы государственной власти субъектов Российской Федерации уже применяют на практике некоторые методики оценки деятельности гражданских служащих.

Для изучения практического опыта выступает один из комитетов органов исполнительной власти субъекта РФ (далее – комитет). Один из применяемых методов оценки деятельности госслужащих – формирование годового отчета о профессиональной служебной деятельности государственного гражданского служащего (табл. 1).

Годовые отчеты гражданского служащего рассматриваются комиссией при похождении процедуры аттестации.

В целях повышения эффективности и результативности деятельности органа государственной власти, в том числе повышения уровня исполнительской дисциплины гражданских служащих при осуществлении ими профессиональной служебной деятельности, в рассматриваемом комитете образован Кадровый совет. Данный орган наделен функцией по выработке рекомендаций для принятия председателем комитета решений по установлению или изменению ежемесячного денежного поощрения в составе денежного содержания гражданским служащим. Критерии оценки эффективности деятельности государственных

гражданских служащих структурных подразделений, представляемые к рассмотрению на кадровый совет представлены в табл. 2.

Таблица 1

Годовой отчет о профессиональной служебной деятельности государственного гражданского служащего*

№ п/п	Краткое описание деятельности гражданского служащего по исполнению должностных обязанностей и выполнению поручений руководителя за отчетный период	Степень участия гражданского служащего в выполнении поручений руководителя, подготовке проектов документов	Качество выполненных гражданским служащим поручений руководителя, соблюдение сроков их выполнения, исполнение должностных обязанностей		Степень важности и сложности выполненной работы по оценке руководителя
			Оценка гражданского служащего	Оценка руководителя	
Раздел 1. Исполнение должностных обязанностей, предусмотренных должностным регламентом					
Раздел 2. Выполнение иных (дополнительных) поручений руководителя					
Раздел 3. Исполнение должностных обязанностей в порядке временного замещения иной должности гражданской службы					
Раздел 4. Поддержание уровня квалификации, необходимого для надлежащего исполнения должностных обязанностей					

* 1. Графы 1-4 заполняются гражданским служащим.

2. В графе 2 разделов 1-3 указывается перечень выполненных поручений руководителя.

3. В графе 3 указывается степень участия гражданского служащего в выполнении поручений руководителя, подготовке проектов документов. В случае если гражданский служащий при выполнении поручения выполнил все виды работ, которые требовались для выполнения данного поручения, в графе 3 проставляется «подготовлено в целом».

4. В графе 4 указывается оценка качества выполненных поручений, подготовленных проектов документов (выполнено без недостатков, выполнено с незначительными недостатками, выполнено со значительными недостатками, не смог выполнить), а также соблюдение сроков (выполнено в срок, выполнено с нарушением срока).

5. Графы 5-6 заполняются руководителем гражданского служащего (руководителем структурного подразделения).

6. В графе 5 руководителем гражданского служащего указывается оценка качества выполненных гражданским служащим поручений, подготовленных им проектов документов по 15-балльной шкале (выполнено без недостатков – от 11 до 15 баллов, выполнено с незначительными недостатками – от 6 до 10 баллов, выполнено со значительными недостатками – от 1 до 5 баллов, не смог выполнить – 0 баллов), а также соблюдение сроков выполнения поручений (выполнено в срок, выполнено с нарушениями срока).

7. В графе 6 указывается степень важности (особо важная, важная, обычная), а также степень сложности (особо сложная, сложная, обычная) выполненной работы.

Таблица 2

Критерии оценки эффективности деятельности государственных гражданских служащих структурных подразделений

№ п/п	Наименование показателя	Единица измерения
1	Доля исполненных в срок поручений, в том числе резолюций, председателя комитета и руководителя структурного подразделения от общего числа поручений, подлежащих исполнению в отчетном месяце	Проц.
2	Доля рассмотренных в срок обращений граждан и организаций от общего числа обращений, поступивших на исполнение в отчетном месяце	Проц.
3	Количество нарушений в отчетном месяце при выполнении гражданским служащим функций, возложенных на него в соответствии с должностным регламентом и положением о структурном подразделении органа исполнительной власти	Ед.
4	Количество фактов нарушения в отчетном месяце государственным гражданским служащим требований служебного распорядка	Ед.
5	Доля качественно выполненной работы гражданским служащим (подготовленных документов в соответствии с установленными требованиями, полное и логичное изложение материала, отсутствие стилистических и грамматических ошибок) от общего числа подготовленных документов	Проц.
6	Количество признанных нормативных правовых актов подготовленных гражданским служащим, недействующими (полностью или в части) вступившим в законную силу решением суда либо отмены (изменения) на основании заключения Министерства юстиции Российской Федерации, протеста или представления прокуратуры	Ед.

Таким образом, современные методы оценки деятельности государственных гражданских служащих направлены на повышение уровня эффективности, результативности и профессиональной компетенции персонала. Создание условий для профессионального развития госслужащих; мероприятий по совершенствованию системы их материального стимулирования; механизмов, обеспечивающих сохранение кадрового потенциала гражданской службы, ведет к повышению престижа гражданской службы.

Совершенствование управления кадровым составом государственной гражданской службы выступает как фактор укрепления современной российской государственности.

Список литературы

1. *Аляутдинов Н.Ф., Галкин А.И.* KPI как инструмент оценивания эффективности деятельности органов государственного управления Российской Федерации // Креативная экономика. 2015. №9. С. 1103-1112.

2. Современные кадровые технологии на государственной гражданской службе: монография / [*Ю.Ю. Антропова* и др.] ; Мин. образов. и науки РФ, Урал. федер. ун-т им. первого Президента России Б.Н. Ельцина. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2015. 168 с.

3. *Черепанов В.В.* Основы государственной службы и кадровой политики: учебное пособие для студентов вузов / *В.В. Черепанов, В.П. Иванов*. М.: Юнити-Дана: Закон и право, 2007. 574 с.

4. Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации. http://www.rosmintrud.ru/ministry/programms/gossluzhba/16/4.

УДК. 332.021.8

Ким Ольга Леонидовна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ВОПРОС ОБ ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются показатели оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления, анализируются результаты мониторинга по Ленинградской области и представлены некоторые выводы.

Ключевые слова: оценка эффективности, органы местного самоуправления, мониторинг, показатели.

Kim Olga, L.
Saint Petersburg State University of Economics

QUESTION OF THE ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF LOCAL GOVERNMENT

Abstract. The article discusses the performance evaluation of the effectiveness of local government, analyzed the results of monitoring in the Leningrad region and presents some conclusions.

Keywords: evaluation of the effectiveness, local authorities, monitoring indicators.

Вопрос об оценке эффективности органов местного самоуправления стоит уже давно. Предлагалось множество различных методик, но до сегодняшнего дня так и не найдена методика, которая могла бы объективно оценить эффективность органов МСУ.

© Ким О.Л., 2017.

В декабре 2013 года в Послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию В. В. Путин сделал акцент на проблемах системы местного самоуправления. Заявления о необходимости создания условий для открытости и эффективности местной власти нельзя назвать новыми – осознание степени важности построения модели эффективных органов местного самоуправления пришло в 2007 г. Именно тогда в Федеральный закон от 6 октября 2003 г. №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (Федеральным законом от 18 октября 2007 г. №230-ФЗ) была введена ст. 18.1 «Оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления».

В целях углубления административной реформы, направленной на модернизацию системы государственного и муниципального управления и исполнение требований упомянутого выше Федерального закона, 28 апреля 2008 г. Президентом Российской Федерации был издан Указ №607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов». Для конкретизации указа было принято Распоряжение Правительства Российской Федерации от 11 сентября 2008 г. №1313-р «О реализации Указа Президента Российской Федерации от 28 апреля 2008 г. №607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов». Для обеспечения реализации Указа Президента Российской Федерации №607 и Распоряжения Правительства Российской Федерации №1313-р в каждом субъекте России был принят указ высшего должностного лица «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления».

В существующей системе оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления все показатели, а их 40, сгруппированы по сферам деятельности, для оценки применяются абсолютные и относительные показатели, показатель комплексной оценки эффективности учитывает объем показателя и его темп роста, показатель комплексной оценки и оценку населения деятельности органов местного самоуправления.

Основное в официальной методике это единый методический подход к организации мониторинга эффективности деятельности органов местного самоуправления муниципальных районов и городских округов для оценки динамики изменения показателей, характеризующих качество жизни, уровень социально-экономического развития муниципального образования, степень внедрения методов и принципов управления, обеспечивающих переход к более результативному муниципальному управлению.

Результаты мониторинга эффективности деятельности органов местного самоуправления позволяют определить зоны, требующие приоритетного внимания органов местного самоуправления, сформировать перечень мероприятий по повышению результативности их деятельности, а также выявить внутренние ресурсы для повышения качества и объема предоставляемых населению услуг. Кроме того, по результатам мониторинга органам местного самоуправления, достигшим наилучших значений показателей эффективности, выделяются гранты на развитие территории.

Несмотря на то, что выше указанные положения законодательства действуют уже на протяжении нескольких лет, на сегодняшний день однозначную оценку их содержания и практики реализации дать.

Методика оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления не анализируется научным сообществом, не обсуждается в средствах массовой информации, хотя информация является открытой и доступной для широкого круга лиц.

Вероятно, назрела необходимость определить качество системы оценки эффективности для местного самоуправления в Российской Федерации. И можно полностью согласиться с высказыванием Ежуковой О.А., что необходимо «принять по ней одно из следующих решений:

1) признать действующую систему оценки эффективности неудачной и констатировать необходимость выработки принципиального нового подхода для анализа деятельности органов местного самоуправления;

2) признать позитивное значение системы оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления в ее сегодняшнем виде и необходимость дальнейшей ее разработки как важного фактора совершенствования законодательства о местном самоуправлении.»

И склоняясь к первому решению, хочется рассмотреть действующий механизм оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления на примере Ленинградской области.

Анализируя сводный доклад Ленинградской области о результатах мониторинга эффективности деятельности органов местного самоуправления муниципальных районов и городского округа за 2014 год, подготовленный во исполнение Указа Президента РФ от 28 апреля 2008 г. №607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов», постановления Правительства Российской Федерации от 17 декабря 2012 г. №1317, и в соответствии с постановлением Правительства Ленинградской области от 6 августа 2013 г. №240 «О порядке проведения в Ленинградской области оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления муниципальных районов и городского округа».

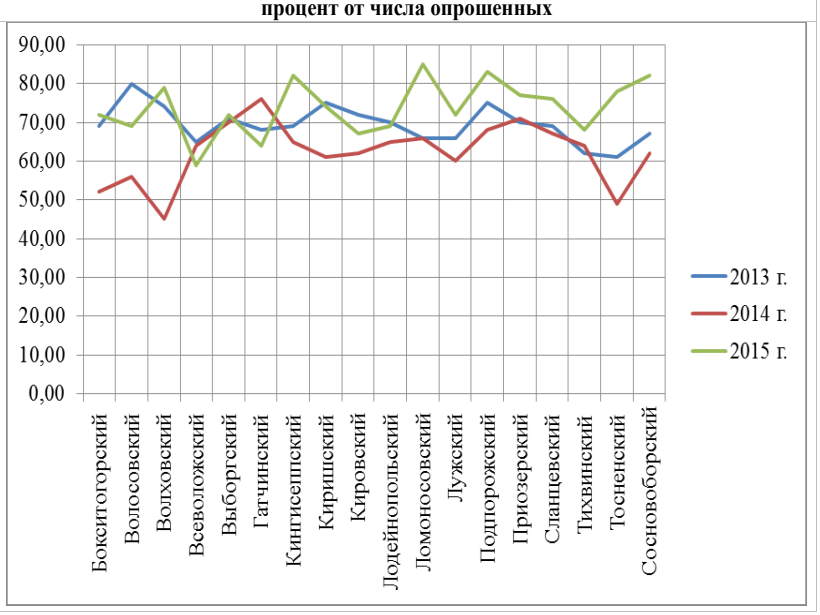
Сводный доклад основывается на проведенном мониторинге эффективности деятельности органов местного самоуправления муниципальных районов и городского округа Ленинградской области за 2014 год который проводился в соответствии с перечнем показателей утвержденным Указом Президента РФ от 28 апреля 2008 г. №607 «Об оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов», а также перечнем дополнительных показателей для оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов, утвержденным постановлением Правительства РФ от 17 декабря 2012 г. №1317.

В качестве исходных данных для проведения мониторинга использовались данные, представленные в докладах глав администраций муниципальных районов и городского округа о достигнутых значениях показателей для оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления городских ок-

ругов и муниципальных районов информация, представленная Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации по г. Санкт-Петербургу и Ленинградской области, данные органов исполнительной власти Ленинградской области.

Муниципальный район (городской округ)	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Бокситогорский	69,00	52,00	72,00
Волосовский	80,00	56,00	69,00
Волховский	74,00	45,00	79,00
Всеволожский	65,00	64,00	59,00
Выборгский	71,00	70,00	72,00
Гатчинский	68,00	76,00	64,00
Кингисеппский	69,00	65,00	82,00
Киришский	75,00	61,00	74,00
Кировский	72,00	62,00	67,00
Лодейнопольский	70,00	65,00	69,00
Ломоносовский	66,00	66,00	85,00
Лужский	66,00	60,00	72,00
Подпорожский	75,00	68,00	83,00
Приозерский	70,00	71,00	77,00
Сланцевский	69,00	67,00	76,00
Тихвинский	62,00	64,00	68,00
Тосненский	61,00	49,00	78,00
Сосновоборский	67,00	62,00	82,00

Удовлетворенность населения деятельностью органов местного самоуправления городского округа (муниципального района), процент от числа опрошенных



Анализируя показатели эффективности деятельности органов местного самоуправления Ленинградской области, можно увидеть некоторые изъяны официальной методики.

Были выявлены показатели, по которым не объективно оценивать деятельность органов местного самоуправления МО «Сосновоборский городской округ». Их можно условно сгруппировать как показатели, по которым не объективно оценивать городские округа с отрицательными результатами и вторая с положительными результатами. И те и другие не отражают действительности, т.е. на уровень показателя никак не влияет деятельность органов местного самоуправления.

Например, показатели 4, 22 и 25 дают отрицательный результат и являются самыми низкими по Ленинградской области, т.е. снижают общую оценку округа в рейтинге муниципальных районов.

• Показатель №4. Доля площади земельных участков, являющихся объектами налогообложения земельным налогом, в общей площади территории городского округа (муниципального района), процентов.

• Показатель №22. Доля объектов культурного наследия, находящихся в собственности и требующих консервации или реставрации, в общем количестве объектов культурного наследия, находящихся в муниципальной собственности, процентов.

• Показатель №25. Площадь земельных участков, предоставленных для строительства в расчете на 10 тыс. человек населения – всего, гектаров.

При этом такая низкая оценка этих показателей объективна и обусловлена особенностью МО «Сосновоборский городской округ».

На территории муниципального образования небольшая, практически нет свободных земель и в округе нет объектов культурного наследия.

А показатели 3, 5, 6, 7, 8, дают положительный результат, фактически лучший результат по Ленинградской области.

• Показатель №3. Объем инвестиций в основной капитал (за исключением бюджетных средств) в расчете на 1 жителя, рублей.

Самых высоких значений показателя достигли в 2015 году Сосновоборский городской округ (374,96 тыс. рублей)

Основной объем инвестиций (более 90 %) в Сосновоборском городском округе составили средства ОАО «Концерн Росэнергоатом», вложенные в два инвестиционных проекта, реализуемых на территории городского округа: модернизация действующей Ленинградской атомной станции и строительство Ленинградской АЭС-2.

• Показатель №5. Доля прибыльных сельскохозяйственных организаций в общем их числе, процентов.

Агропромышленный и рыбохозяйственный комплекс в Сосновоборском городском округе представлен тремя организациями. Две из них это рыбохозяйственные комплексы, занимаются разведением рыбы на теримических водах АЭС, а одно это сельскохозяйственное предприятие занимается выращиванием овощей в закрытом грунте. И все они прибыльные, поэтому в Сосновоборском городском округе все 100 % сельхозорганизаций являются прибыльными.

• Показатель №6. Доля протяженности автомобильных дорог общего пользования местного значения, не отвечающих нормативным требованиям, в общей протяженности автомобильных дорог общего пользования местного значения, процентов.

Высокий показатель Сосновоборского городского округа определяется также небольшой протяженностью дорог общего пользования местного значения (52,1 км) и отсутствием дорог с переходным типом покрытия, т.к. весь округ это город.

• Показатель №7. Доля населения, проживающего в населенных пунктах, не имеющих регулярного автобусного и (или) железнодорожного сообщения с административным центром городского округа (муниципального района), в общей численности населения городского округа (муниципального района), процентов.

В 2015 году наилучших значений показателя достигли следующие муниципальные образования: Сосновоборский городской округ (0 %).

• Показатель №8. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников крупных и средних предприятий и некоммерческих организаций, рублей.

Наивысшие значения по этому показателю достигнуты в 2015 году Сосновоборском городском округе (53 806 рублей), Ломоносовском (54 827 рублей), Киришском (43 364 рублей), Кингисеппском (43 984 рублей) и Всеволожском (41 669 рублей) муниципальных районах. Во всех этих муниципальных районах скопление крупных предприятий, которые являются градообразующими.

По результатам комплексной оценки эффективности органов местного самоуправления муниципальных районов и городских округов МО «Сосновоборский городской округ» занимает четвертое место по Ленинградской области.

По показателю 37 «Удовлетворенность населения деятельностью органов местного самоуправления городского округа (муниципального района), процент от числа опрошенных», МО «Сосновоборский городской округ», также занимает одно из самых высоких значений.

Таким образом, можно сказать, что действующая методика оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления не учитывает особенности того или иного муниципального района, количество земель, присутствие скопления крупного производства и т.д., однако говоря о МО «Сосновоборский городской округ» результаты опроса населения говорят об эффективной деятельности органов местного самоуправления округа.

Список литературы

1. *Божья-Воля А.А.* Оценка органов местного самоуправления: статистика или мнение жителей? Вопросы государственного и муниципального управления. 2015. №1 https://vgmu.hse.ru/data/2015/03/26/1096173571/%D0%91%D0%BE%D0%B6%D1%8C%D1%8F-%D0%92%D0%BE%D0%BB%D1%8F%201-2015.pdf (дата обращения 25.02.2017).

2. *Ежукова О.А.* Оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления в Российской Федерации. http://club.bibliopskov.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=875&Itemid=90 (дата обращения 24.02.2017).

3. Оценка эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов. Сайт Министерства регионального развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: http:// www.minregion.ru/monitoring-evaluation/855?locale=ru (дата обращения 25.02.2017).

4. Сводный доклад Ленинградской области о результатах мониторинга эффективности деятельности органов местного самоуправления муниципальных районов и городского округа за 2015 год. http://www.lenobl.ru/local_government/monitoring_msu/2015 (дата обращения 25.02.2017).

5. *Фатеева С.В.* Концептуальные основы оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти. http://uecs.ru/uecs69-692014/item/3052-2014-09-25-09-20-13 (дата обращения 25.02.2017).

УДК 351/354

Киселева Альбина Мусаевна
Омский государственный университет
им. Ф.М. Достоевского

К ВОПРОСУ О СУБЪЕКТАХ УПРАВЛЕНИЯ ПУБЛИЧНЫМ СЕКТОРОМ В СЕВЕРНЫХ РЕГИОНАХ

Аннотация. В статье поднимается вопрос о категориях субъектов, осуществляющих управление публичной сферой. Предложено теоретическое осмысление позиционирования и построения взаимоотношений субъектов публичного сектора, рассмотрены условия формирования партнерских связей для эффективного социально-экономического развития территорий. Вопрос прикладного аспекта рассмотрен на основе северных регионов, которые отличаются особыми условиями жизнедеятельности населения, функционирования экономики и социальной сферы. Акцент сделан в отношении субъектов гражданского общества, а именно, на общественные объединения, некоммерческие организации, органы общественного самоуправления, отдельных активных граждан. В современных тенденциях, определяемых действием стратегических документов, поддерживающих развитие Севера и Сибири, усиление влияния субъектов общественного сектора на социально-экономические процессы северных территорий заслуживает отдельного внимания. Это становится актуальным и в том, что социально-культурная, этническая, производственно-хозяйственная, экономическая специфика северных регионов накладывает свой отпечаток на структуры гражданского общества.

Ключевые слова: Север, публичный сектор, гражданское общество, общественные объединения, некоммерческие организации, общественное самоуправление, граждане.

Kiseleva Albina, M.
Omsk State University n.a. F.M. Dostoevsky

THE ISSUE OF THE SUBJECTS OF MANAGEMENT OF PUBLIC SECTOR IN THE NORTHERN REGIONS

Abstract. The article raises the question of the categories of the entities involved in management of the public sphere. A theoretical understanding of positioning and building relationships of public sector entities is proposed, conditions for forming of partnerships for effective socio-economic development of territories is considered. The issues applied aspects is considered on the basis of the Northern regions, which differ in the special conditions of life of the population, the functioning of the economy and social sphere. Emphasis is placed on civil society actors, namely, public associations, non-profit organizations, bodies of social self-government, individual active citizens. Modern trends defined by the action of strategic documents that support the development of the North and Siberia, the growing influence of constituent entities of the public sector on the socio-economic processes of the Northern territories deserves separate attention. It becomes actual and in the fact that socio-cultural, ethnic, and economic production, economic specifics of the Northern regions impacts the structures of civil society.

Keywords: The North, public sector, civil society, public associations, non-profit organizations, public self-government, citizens.

Управление публичным сектором представляет собой открытое взаимодействие государства и общества в процессе принятия актуальных и значимых для общества решений, а также совместной реализации государственных и об-

© Киселева А.М., 2017.

щественных интересов, где граждане и институты гражданского общества выступают как в виде объектов управления, так и в качестве субъектов управления. Реальность развития современного общества обозначила необходимость построения партнерских взаимоотношений органов государственной и муниципальной власти и общественного сектора.

Генерирует активное начало управленческого процесса субъект управления, в качестве которого выступают административные субъекты в лице органов власти и должностных лиц государственного и муниципального уровня, а также общественные субъекты, к которым относятся структуры гражданского общества (общественные объединения, некоммерческие организации, органы общественного самоуправления, отдельные активные граждане). При этом следует понимать, что сами субъекты находятся не вне общества, а внутри него, поэтому непосредственно включены в общественную жизнь и содержат объективную природу. Это определяет вопросы и, в тоже время, создает противоречия построения субъектно-субъектных и субъектно-объектных публичных взаимоотношений в рамках конкретного территориального пространства.

В субъектно-субъектных взаимоотношениях каждый субъект имеет собственные функции, полномочия (властные и общественные), возможности воздействия на реальные социально-экономические и социально-политические процессы и аспекты самостоятельного взаимодействия в данных процессах, что позволяет фиксировать и анализировать субъектно-объектные ориентации субъектов публичного управления. Как формулировал Т. Парсонс, социальная система представляет «суть интеракций индивидов», где каждый индивид одновременно выступает в качестве действующего субъекта со своими целями, жизненными установками, и объектом, на который воздействуют и ориентированы другие акторы [1. С. 99].

Сложность управления публичным сектором задается параметрами интегрирования субъекта в объект, а объекта в субъект. При этом следует обращать внимание на тот факт, что механизм взаимодействия административных и общественных субъектов могут иметь разные точки соприкосновения, поэтому структурные и качественные характеристики партнеров управления публичным сектором зависят от социальных трансформаций, которые стимулируют проявление синергетического эффекта общества. И социальный прогресс развития территории будет заключаться в гармонизации отношений субъекта и объекта.

На практике данный контекст сопровождается необходимостью учета социально-экономического состояния и потенциала развития конкретной территории. Для северных регионов перспективы устойчивого роста и его дальнейшего сохранения определяются Концепцией долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года, Стратегией социально-экономического развития Сибири до 2020 г., Стратегией развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2020 года, которые задают ряд механизмов и инструментов преодоления территориальных проблем и ускоренного социально-экономического развития данных регионов. Это влечет за собой осмысление позиций административных и общественных субъектов управления публичного сектора с точки

зрения учета особых географических и природных условий, климатических факторов, национально-этнической, миграционно-трудовой, культурной специфики народонаселения, построения доверительных партнерских взаимоотношений, соблюдения баланса интересов. Как правило, к таким регионам относятся территории с дискомфортными условиями проживания и с ограниченными сроками завоза товаров. В связи с этим и группировка проблем управления публичным сектором складывается вокруг противоречий, обусловленных развитием региональной экономики, занятостью, доходами и качеством жизни населения северных территорий.

Основные субъекты управления публичным сектором регионов Севера и Сибири имеют достаточно универсальный состав, приемлемый для любого региона РФ (табл. 1).

При этом следует отметить непропорциональную зависимость численности населения и количества общественных объединений и некоммерческих организаций на территории. Так, например, на территории Пермского края численностью 29,3 тыс. чел. функционирует 1564 общественных объединения и 2004 некоммерческих организации, тогда как в Республике Саха (Якутия) на 959,7 тыс. чел. приходится всего лишь 1142 общественных объединения и 696 НКО. Это может свидетельствовать, соответственно, о высокой либо низкой гражданской активности и развитости общественных институтов, а также об их поддержке или отсутствия таковой со стороны региональных органов власти. Становятся понятны и возможности построения партнёрских отношений между общественными и административными субъектами в практике управления публичным сектором. Но для северных регионов некоторые категории общественных субъектов представляют особый интерес. Речь идет о структурах общественного самоуправления. На Севере большое распространение получили территориальные общины малочисленных народов, которые характеризуются неравномерной плотностью населения, численным и этническим составом, особым взглядом на выделение и сочетание социальных и территориальных интересов. К общинам малочисленных народов относят формы самоорганизации населения, относящегося к малочисленным народам, постоянно проживающих на локальной территории регионов Крайнего Севера, объединяемых по кровнородственному и (или) территориально-соседскому признакам, создаваемые в целях защиты исконной среды обитания, сохранения и развития традиционных образа жизни, хозяйствования, промыслов и культуры малочисленных народов [5. ст. 1]. Это выражается в создании семейных (родовых) и территориально-соседских общин. В Ямало-Ненецком и Ханты-Мансийском автономных округах могут создаваться Советы старейшин. В большинстве северных регионов (Эвенкийском муниципальном районе Красноярского края, Тюменской области, Ханты-Мансийском и Ямало-Ненецком автономных округах) функционируют предприятия, которые применяют вахтово-экспедиционный режим работы, что влечет за собой возможность формирования в вахтовых поселках собственных органов территориального общественного самоуправления [6. С. 99].

Таблица 1

Основные субъекты управления публичным сектором в северных регионах на начало 2016 г.

(составлено автором по: [2], [3], [4])

Районы Крайнего Севера и приравненные к ним местности	Численность населения, тыс. чел.	Количество общественных объединений, ед.	Количество некоммерческих организаций, ед.	Численность работников государственных органов и органов местного самоуправления по субъектам РФ, чел.
Республика Алтай	30,2	247	161	6394
Республика Бурятия	97,8	692	415	16211
Республика Карелия	629,9	659	420	12856
Республика Коми	856,8	648	310	18426
Республика Саха (Якутия)	959,7	1142	696	19635
Республика Тыва	315,6	184	103	7971
Забайкальский край	21,5	470	314	24348
Камчатский край	316,1	372	487	10183
Красноярский край	443,5	1796	1352	51868
Пермский край	29,3	1564	2004	42450
Приморский край	101,9	1507	1306	33392
Хабаровский край	526,7	1115	1329	27602
Амурская область	97,1	511	266	16672
Архангельская область в том числе: Ненецкий автономный округ	1174,1 43,9	1009	542	22857 1927
Иркутская область	549,1	1405	1238	41868
Магаданская область	146,4	280	152	7420
Мурманская область	762,2	618	327	14420
Сахалинская область	487,3	519	344	12349
Томская область	195,8	805	573	17738
Тюменская область в том числе: Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	2179,9 1626,8	2444 1033	1837 797	65071 26783
Ямало-Ненецкий автономный округ	534,1	488	294	15533
Чукотский автономный округ	50,2	…	…	3011

Вопросы организации общественного самоуправления являются отдельной группой проблем, обусловленных ограниченной или недостаточно активной поддержкой институтов гражданского общества со стороны населения; определенными трудностями их взаимодействия и взаимопонимания с органами власти северных регионов; финансовой нестабильностью; отсутствием критической массы организаций с прозрачной системой управления, действительно подотчетных общественности; недостатком инфраструктуры в виде отечественных фондов; неразвитостью системы специализированного образования и повышения квалификации [6. С. 94]. Как правило, такие субъекты способствуют защите прав и интересов сообществ коренных малочисленных народов Крайнего Севера, обеспечению их социально-культурного и экономического развития, росту национального самосознания и повышения качества жизни. При условии их активного включения в практику управления публичной сферой в рамках реализации различных территориальных программ и проектов, общественные субъекты способствуют устойчивому росту своего уровня и качества жизни.

Таким образом, при достижении сбалансированного управления публичным сектором в условиях северных территорий следует учитывать феномен полисубъектности управления, потенциал партнёрских отношений административных и общественных субъектов и точки соприкосновения их социально-экономических интересов, условия и специфику жизнедеятельности и трудовой активности населения. Это обеспечит возможность формирования и реализации эффективной социально-экономической стратегии конкретного северного региона, которая на практике должна начинаться снизу-вверх, что позволит учитывать потребности и интересы населения.

Список литературы

1. *Парсонс Т.* Система современных обществ. М.: Аспект Пресс, 1997. 270 с.

2. Экономические и социальные показатели районов Крайнего Севера и приравненных к ним местностей в 2000-2015 годах [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_22/Main.htm (дата обращения: 04.10.2016).

3. Российский статистический ежегодник 2016 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135087342078 (дата обращения: 30.01.2017).

4. Государство, общественные организации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/state/# (дата обращения: 30.01.2017).

5. Федеральный закон № 104-ФЗ от 20 июля 2000 г. «Об общих принципах организации общин коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока» [Электронный ресурс]: http://base.garant.ru/182356/ (дата обращения: 02.04.2016).

6. *Киселева А.М.* Особенности организации общинного самоуправления на российском Севере // Проблемы социально-экономического развития Сибири. №4 (26). 2016. С. 91-101.

УДК 332

Паршина Любовь Николаевна
Кравченко Любовь Алексеевна
Петербургский государственный университет
путей сообщения

УПРАВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫМ БЮДЖЕТОМ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)

Аннотация. В условиях ограниченных финансовых средств практически во всех субъектах Российской Федерации региональный бюджет утверждается в дефиците, и Республика Саха (Якутия) не является исключением.

В последнее время наблюдается снижение налоговых и неналоговых поступлений в основной план образования и расходования денежных средств республики, при этом прослеживается тенденция увеличения межбюджетных трансфертов. Безвозмездные поступления формируют 1/3 часть главного финансового плана.

Сумма государственного долга региона увеличивается с каждым годом. Дополнительные изменения в государственный региональный бюджет Республики Саха (Якутия) вводятся постоянно, прежде всего, из-за дополнительных безвозмездных поступлений с федерального бюджета страны.

Главная форма образования и расходования денежных средств субъекта Федерации должен утверждаться с учетом региональных особенностей Республики Саха (Якутия).

Ключевые слова: управление региональным бюджетом, региональный бюджет, бюджет республики Саха (Якутия), дефицит регионального бюджета, налоговые и неналоговые доходы регионального бюджета.

Parshina Lyubov, N.
Kravchenko Lyubov, A.
Petersburg state transport University

MANAGEMENT OF REGIONAL BUDGET (ON EXAMPLE OF REPUBLIC OF SAKHA (YAKUTIA)

Abstract. In conditions of limited financial resources in almost all regions of the Russian Federation the regional budget is approved in short supply, and the Republic of Sakha (Yakutia) is no exception.

Recently there has been a reduction in the tax and non-tax revenue in the basic plan of formation and expenditure of funds of the Republic, with a tendency to increase intergovernmental transfers. Royalty revenues form 1/3 part of the master financial plan.

The amount of public debt in the region is increasing every year. Additional changes to the state regional budget of the Republic of Sakha (Yakutia) are introduced constantly, primarily due to additional grant revenues from the Federal budget.

The main form of generation and spending of monetary funds of the Federation must be approved, taking into account regional peculiarities of the Republic of Sakha (Yakutia).

Key words: management of regional budget, regional budget, budget of the Republic of Sakha (Yakutia), the regional budget deficit, tax and non-tax revenues of the regional budget.

© Паршина Л.Н., Кравченко Л.А., 2017.

В настоящее время дефицит регионального бюджета является одной из важнейших экономических проблем.

В 2013 г. дефицит консолидированных региональных бюджетов достиг почти 1% ВВП. Основная его причина – резкое сокращение прироста доходов в номинальном выражении и снижение доходов относительно ВВП [1. С. 33].

Сегодня практически во всех финансовых планах субъектов РФ наблюдается превышение расходов над доходами, в том числе и в Республике Саха (Якутия). В 2016 г. региональный бюджет был утвержден в профиците только в Вологодской, Волгоградской областях, Чукотском автономном округе и Краснодарском крае [2].

Главный финансовый документ Якутии утверждается в соответствии с Конституциями Российской Федерации и Республики Саха (Якутия), Бюджетным Кодексом Российской Федерации, федеральными и республиканскими законами с учетом региональных особенностей.

По понятным экономическим причинам, изменения в сбалансированности региональных бюджетов наблюдаем, начиная с 2009 г., с которого данные вопросы вновь стали одной из обсуждаемых актуальных экономических тем. Поэтому в рамках данной работы мы сосредоточимся на анализе основной формы образования и расходования денежных средств Якутии за этот период.

Доходы, расходы и дефицит регионального бюджета республики представлены на рис. 1.

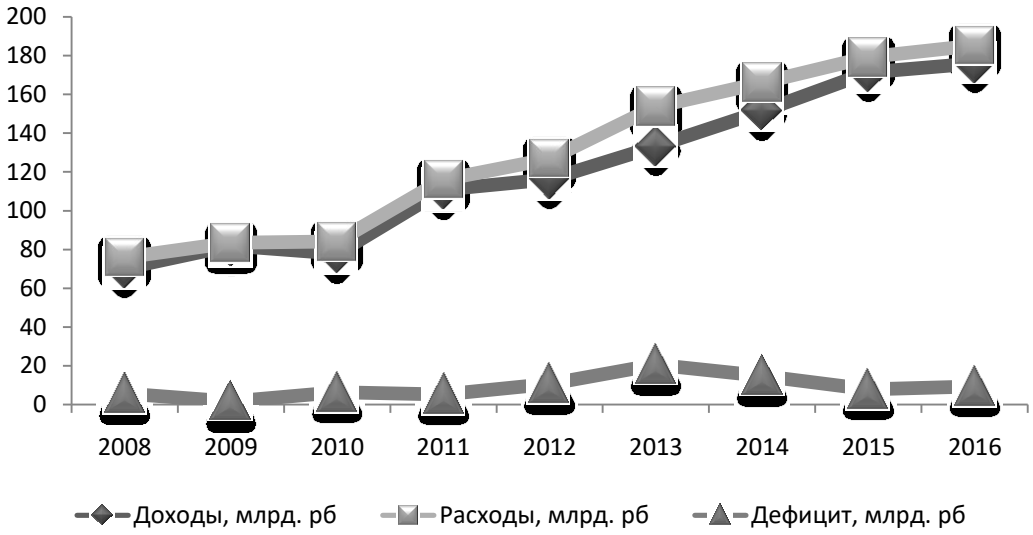


Рис. 1. Доходы, расходы и дефицит государственного бюджета Республики Саха (Якутия)
Источники: Министерство финансов Республики Саха (Якутия),
Государственное собрание (Ил Тумэн) Республики Саха (Якутия).

Республика Саха (Якутия), испытывая устойчивый дефицит, вынужденно выпускает облигационные займы, которые в свою очередь увеличивают государственный региональный долг. Объем данного показателя изображен на рис. 2.

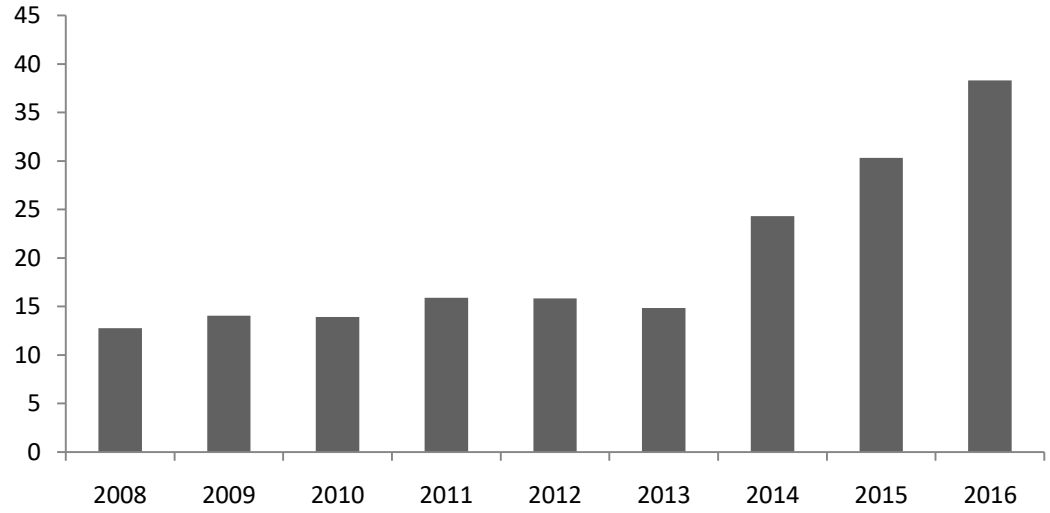


Рис. 2. Государственный долг Республики Саха (Якутия)
Источник: Государственное собрание (Ил Тумэн) Республики Саха (Якутия).

Таким образом, за рассматриваемый период доходы и расходы региона увеличились в 2,5 и 2,4 раза соответственно, дефицит вырос в 1,7 раз, а государственный долг – в 2,8 раз.

С 2008 по 2014 г. доходы республики составили в среднем 22,6 % ВРП, расходы – 24,7%, дефицит – 1,8%, а государственный долг – 3,5% (расчеты авторов по данным Росстата). Если государственный долг Якутии будет расти таким же темпом, возможно, данный субъект РФ предпримет те же меры для их списания, что в свое время сделали Смоленская и Архангельская области [5. С. 23].

Отметим, что в регионе наблюдались ситуации и похуже. В частности, в 1998 и 2000 гг. значения дефицита в регионе достигали 40%. Ни в одном субъекте Федерации ситуация не была столь неблагоприятной на протяжении всех лет [3. С. 58].

В течение каждого финансового года вводятся дополнительные изменения в региональный бюджет республики, например, документ 2014 г. подвергался корректировке 4 раза. В основном такие вынужденные поправки принимаются в связи с дополнительным финансированием, прежде всего, за счет федеральных и целевых безвозмездных средств и изменением прогноза социально-экономических показателей.

Необходимо подчеркнуть, что, если в 2009 г. налоговые и неналоговые доходы превышали в 1,8 раз объем безвозмездных поступлений в государственный бюджет субъекта, то в 2016 г. объем безвозмездных поступлений формировали 1/3 часть основного финансового плана республики.

Анализ структуры регионального бюджета показывает, что налоговые доходы Якутии снижаются. Как указывается в источнике, эти показатели сократились почти в 85% регионов [4. С. 146].

Изначально, когда функционирующие предприятия добывающей промышленности находились в собственности региона, Республика Саха (Якутия) имела дополнительные поступления в региональный бюджет. Так, к примеру, значительную часть доходов основного финансового плана составляли ненало-

говые доходы, получаемые в качестве арендной платы за государственное имущество. В 2000 г. она составила 40,2% от массы доходов [6. С. 7]. К сожалению, сегодня республика лишена такой возможности, в связи с тем, что практически все бывшие предприятия республики перешли под контроль частных лиц и корпораций.

В отличие от других субъектов России значительную часть неналоговых доходов Якутии создают платежи при использовании природных ресурсов.

Республика Саха (Якутия) является крупнейшим по территории северным регионом России. Якутия состоит из 34 районов и 1 города республиканского значения, весьма отличающихся, прежде всего, по уровню социально-экономического развития и транспортной доступности.

Из-за отсутствия дорог и неразвитости транспортной инфраструктуры, особенно в арктических районах, республике ежегодно приходится выделять немалые средства из регионального бюджета для обеспечения северного завоза. В частности, в 2016 г. на государственную поддержку завоза грузов в Республику Саха (Якутия) было направлено более 707 млрд. рублей. Вопрос развития транспортной инфраструктуры и логистики становится первоочередным. Возможно, стоит рассмотреть опыт решения у похожего по климату региона – Канады.

В заключение отметим:

− в настоящее время функция планирования процесса управления основного финансового плана образования и расходования денежных средств Якутии осуществляется, прежде всего, от уровня затрат;

− в условиях ограниченности бюджетных средств необходимо проводить мероприятия, повышающие эффективность расходной части главного документа региона;

− рассматриваемый субъект Федерации не обладает достаточной самостоятельностью в осуществлении собственной региональной бюджетной политики;

− в ближайшее время принцип сбалансированности государственного регионального бюджета будет достигаться только за счет снижения расходов республики;

− значительные финансовые потери региональной экономики в связи с неразвитостью транспортной инфраструктуры.

Список литературы

1. *Акиндина Н., Чернявский А., Чепель А.* Региональные бюджеты в условиях кризиса: можно ли достичь сбалансированности // Вопросы экономики. №10. 2016. С. 31-48.

2. Бюджетный дефицит регионов в 2016 году: сводная таблица [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://bujet.ru/article/291627.php?sphrase_id=1498040 (дата обращения 30.01.2017).

3. *Гаврильева Т.Н., Докторова О.Г., Павлова Л.А.* Региональные особенности бюджетной системы Республики Саха (Якутия) и направления ее совершенствования // Региональная экономика: теория и практика. №14. 2009. С. 57-64.

4. *Смирнова Н.А.* Формы участия муниципальных бюджетов в повышении доходов домохозяйств // Уровень жизни населения регионов России. №7. 2013. С. 144-148.

5. *Тищенко Т.* Государственный бюджет // Экономическое развитие России. №12. 2015. С. 19-26.

6. Финансовые проблемы региона / *Т.Н. Гаврильева, В.Т. Царев, А.В. Алексеев* и др.; Отв. ред. *Е.Г. Егоров*. Новосибирск: Наука, 2002. 150 с.

УДК 336.581

Любарская Мария Александровна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет
Цуркан Марина Валериевна
Тверской государственный университет

УЧАСТИЕ МЕСТНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И НАСЕЛЕНИЯ В ФИНАНСИРОВАНИИ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ПРОЕКТОВ

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению вопросов финансирования инфраструктурных проектов с участием местных органов власти и населения. Формой такого участия является инициативное бюджетирование, когда население муниципального образования наряду с местными органами власти участвует в выборе объектов софинансирования и реализации проектов, оно же осуществляет контроль строительства или реконструкции объекта проекта, подписывает соответствующий акт приема-передачи.

Ключевые слова: инфраструктурные проекты, инфраструктура, местные органы власти, население, финансирование, инициативное бюджетирование.

Liubarskaia Maria, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

Tsurkan Marina, V.
Tver State University

PARTICIPATION OF LOCAL AUTHORITIES AND POPULATION IN THE FINANCING OF INFRUSTRUCTURE PROJECTS

Abstract. The article is devoted to the consideration of the issues of financing infrastructure projects with the participation of local authorities and the population. The form of such participation is initiative budgeting, when the population of a municipality participates in the selection of objects of co-financing and implementation of projects along with local authorities, and in monitoring of the construction or reconstruction of the project site, signs a corresponding act of acceptance and transfer.

Keywords: infrastructure projects, infrastructure, local authorities, population, financing, proactive budgeting.

Одним из инструментов развития территорий современной России являются инфраструктурные проекты, которые представляют собой комплекс мероприятий высокой социальной и государственной значимости, и при этом чаще всего характеризуются низкой рентабельность, порой переходящей в убыточность.

Анализируя мнения различных исследователей [2, 6], можно сделать вывод о разделении инфраструктурных проектов на три уровня: государственные, региональные и муниципальные.

К первой группе относятся проекты, реализация которых осуществляется на землях государственной собственности в интересах Российской Федерации в

© Любарская М.А., Цуркан М.В. 2017.

целом. К таким проектам можно отнести, например, строительство железнодорожных путей, гидроэлектростанций, магистральных трубопроводов и автомобильных дорог государственного и международного значения.

Вторая группа проектов также осуществляется на землях государственной собственности, но уже в интересах отдельного субъекта Российской Федерации. Эта группа проектов включает создание объектов регионального значения, которые не подлежат отчуждению в частную или коммунальную собственность, например, строительство региональных автомобильных дорог, железнодорожных и автобусных вокзалов, аэропортов и т.п.

Третья группа включает муниципальные проекты по созданию или модернизации объектов коммунальной инфраструктуры, например, строительство дорог местного значения, инженерных сетей и прочих объектов общего пользования.

Высокий уровень износа объектов инфраструктуры, включая автомобильные дороги, коммунальные сети и т.п., а также недостаточный уровень внимании к модернизации и повышению эффективности их функционирования, привели на сегодняшний день к необходимости «практически одновременного инвестирования огромного объема финансовых ресурсов в большое количество инфраструктурных проектов» [4].

При этом в условиях нестабильной экономической ситуации основной источник, на который следует рассчитывать муниципальным образованиям в России − это средства собственного бюджета и межбюджетные трансферты. В данном контексте особенно важно проведение бюджетной политики на региональном и муниципальном уровне, позволяющей направить средства на решение первостепенных территориальных проблем. Решение этих проблем только за счет бюджетных средств трудно осуществлять как по причине их недостаточности, так и ввиду институциональных затруднений, как на уровне регионов, так и на уровне страны в целом. Необходимо активизировать использование новых форм участия местных органов власти, населения и частных инвесторов в финансировании инфраструктурных проектов.

В настоящее время в большинстве субъектов Российской Федерации влияние граждан на бюджетный процесс ограничивается публичными слушаниями бюджета, которые зачастую не предоставляют возможностей для взаимодействия власти и общества. Исключением являются те регионы, которые уже имеют опыт инициативного бюджетирования, инструмента, несомненно, нового для Российской Федерации, но уже дающего результаты. При этом относительно немногочисленные публикации отечественных ученых и практиков по исследуемой проблематике показывают отсутствие научных основ её исследования.

Первое упоминание об инициативном бюджетировании появилось в зарубежных научных изданиях в конце 1980-х и получило распространение в начале 1990-х. В начале, исследуемая категория стала использоваться для обозначения проектов, реализуемых в городе Порту-Алегри − столице штата Риу-Гранди-ду-Сул Бразилии, направленных на публичное обсуждение городских проблем и повышение уровня активности граждан. Другими словами, населе-

ние одного из важнейших городов южной Бразилии, являющегося культурным, политическим и экономическим центром региона получило возможность не только высказать свое мнение о бюджете города, но и решить, как распределить его часть, а также познакомиться с тонкостями и трудностями этой работы.

В настоящее время в стране получен опыт по применению более чем 300 различных практик инициативного бюджетирования, что делает Бразилию одной из стран с наибольшей плотностью инициативного бюджетирования в мире.

Со временем практика применения данного инструмента распространилась и в другие части континента: страны Андского региона (Эквадор или Перу), Аргентину, Уругвай, Чили, Колумбию и страны Карибского бассейна. В середине 2013 года в Латинской Америке насчитывалось от 618 до 1130 партисипаторных (инициативных) бюджетов. При этом количество партисипаторных бюджетов, принятых в мире, находилось в пределах от 1269 до 2778 [7]. В 2003 году в Перу был принят закон о партисипаторном бюджете, в который в последующие годы были внесены изменения, упрощающие первоначально предусмотренную процедуру бюджетирования [3].

В Европе первый опыт реализации инициативного бюджетирования был получен на территории Франции, Испании и Италии. Немецкие муниципалитеты изначально рассматривали инициативное бюджетирование в контексте модернизации местного самоуправления, реализуя его в рамках проекта «Город завтрашнего дня». В качестве модели органами власти Германии был взят опыт муниципалитета Крайстчерч в Новой Зеландии, а не опыт Порту-Алегри (Бразилия). В Великобритании, апробация инициативного бюджетирования была проведена несколько позже, чем в других странах «старого света», однако, почти сразу, рассматриваемый инструмент развития территорий получил поддержку национального правительства.

В Польше в 2009 году был принят национальный закон, регламентирующий реализацию инициативного бюджетирования на территории страны. Принятие данного нормативно-правового акта стало серьезным стимулом использования нового инструмента, так как в его рамках осуществляется финансирование совместного партисипативного бюджетирования во всех сельских поселениях [1].

В настоящее время опыт инициативного бюджетирования получен и в Африке: в основном в Сенегале, Камеруне, Республике Конго и Мадагаскаре. В странах Азии инициативного бюджетирование появилось с 2005 года и находится в стадии становления и экспериментирования. При этом именно бразильский опыт учитывают в Южной Корее и Китае, в рамках обсуждения проблем внедрения рассматриваемого бюджетирования [3].

С 2007 года инициативное бюджетирование начало реализовываться в нескольких субъекта Российской Федерации в рамках реализации проектов Программы поддержки местных инициатив, однако концептуальные основы реализации соответствующих проектов до конца непонятны не только местным сообществам (обязательным участникам соответствующих проектов), но и органам власти участвующим в процессе.

На современном этапе развитие территорий в рамках инициативного бюджетирования осуществляется в основном в рамках реализации: проектов Программы поддержки местных инициатив; проектов программы «Народный бюджет»; проектов программы «Народная инициатива»; проектов, реализуемых при поддержке Центра «RES PUBLICA» Европейского университета в Санкт-Петербурге.

Одним из инструментов реализации инициативного бюджетирования в рамках проектного подхода в нашей стране является Программа поддержки местных инициатив (далее − ППМИ), реализуемая в нескольких субъектах Российской Федерации с 2007 года [5].

Среди них Ставропольский край (первый регион, начавший реализацию программы), Хабаровский край, Кировская, Тверская и Нижегородская области, республики Башкортостан, Карелия, Северная Осетия-Алания. Суть программы заключается в том, что на территории городских округов, городских и сельских поселений в её рамках реализуется проекты, объект софинансирования которых выбирает население муниципального образования (последующий пользователь результатов проекта), оно же осуществляет контроль строительства или реконструкции объекта проекта, подписывает соответствующий акт приема-передачи.

Специфика софинансирования проектов в рамках ППМИ − участие населения в софинансировании проектов для решения приоритетных, по его мнению, проблем развития общественной инфраструктуры: водоснабжение, дороги местного значения, освещение улиц, ремонт домов культуры и т.д.

Направления реализованных проектов инициативного (партисипаторного) бюджетирования ППМИ на примере Тверской области представлены на рис. 1.

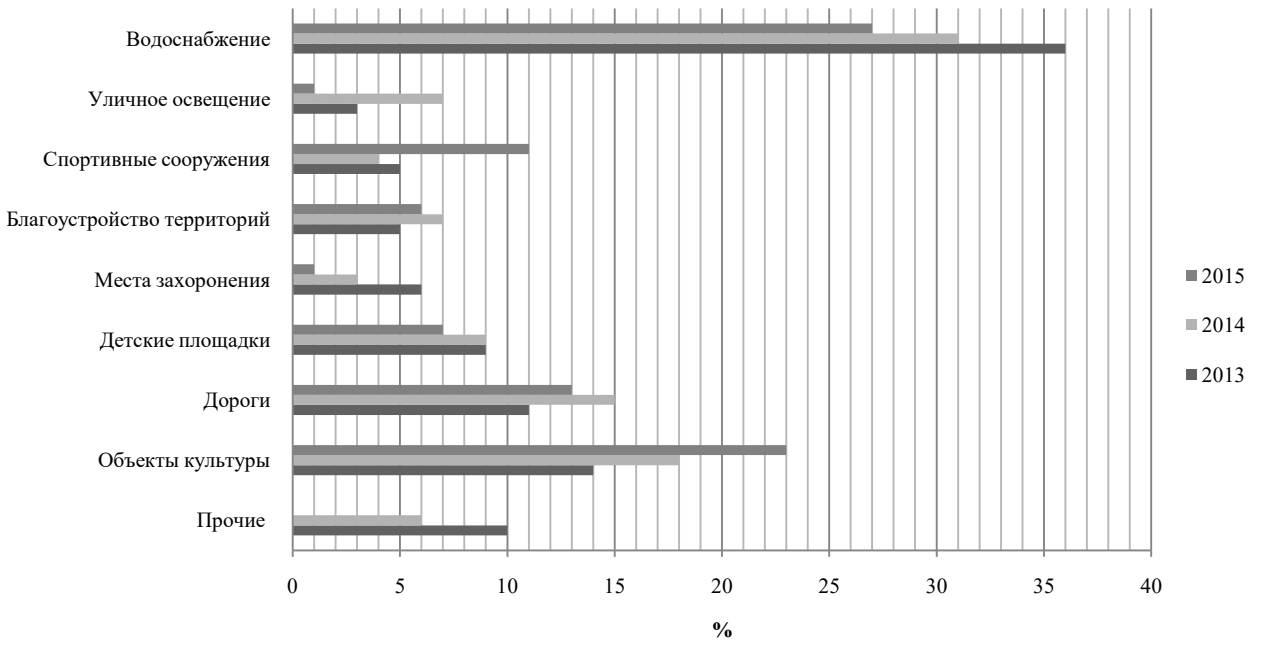


Рис. 1. Направления проектов партисипаторного бюджетирования Программы поддержки местных инициатив в Тверской области, %

В 2011 году в нескольких регионах России, в том числе Иркутской, Свердловской, Омской, Рязанской, Волгоградской областях, были запущены процедуры «Народного бюджета» в основе которых лежали некоторые принципы партисипаторного бюджетирования. В первоначальной форме проект «Народный бюджет» оказался низкоэффективным. Только несколько регионов смогли трансформировать изначальную процедуру в новую практику развития территорий. И всё же в рамках первоначальной версии проекта «Народный бюджет» с 2011-2013 год на территории многих деревень и сел были решены проблемы водоснабжения, освещения и опиловки деревьев [3].

В качестве самостоятельных инструментов партисипаторного бюджетирования следует рассматривать программу «Народный бюджет» (лучшая практика − Тульская область), программу «Народная инициатива» в Иркутской и Тамбовской областях.

Подводя итог проведенному анализу различных форм инициативного бюджетирования, следует отметить, что в результате реализации проектов с данным механизмом финансирования, решаются первостепенные проблемы развития территории с позиции населения муниципальных образований, создаются и реконструируются элементы транспортной, энергетической, социальной и коммунальной инфраструктуры. При этом, например, совокупность реализуемых в течение года проектов ППМИ оказала значительный синергетический эффект на увеличение количества и качества общественных благ, предоставляемых населению в субъекте, осуществляющем программу.

Список литературы

1. *Аллегретти Д., Рёке А., Сентоме И., Херцберг К.* Партисипативный бюджет: разнообразие форм и моделей // Муниципалитет: экономика и управление [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://municipal.uapa.ru/ru/issue/2013/02/01/ (дата обращения 29.01.2017).

2. *Арбузова А.И.* Бюджетные инвестиции в инфраструктурные проекты как инструмент экономического развития // Научные записки молодых исследователей. 2016. №3. С. 40-44.

3. *Вагин В.В., Гаврилова Н.В., Шаповалова Н.А.* Инициативное бюджетирование: международный контекст российской версии // Финансовый журнал. 2015. №3(25). С. 117-122.

4. *Кизим А.А., Жабин В.В.* Финансовое сопровождение субъектов региональной инфраструктуры и инфраструктурных проектов // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2014. №2. С. 35-41.

5. *Лапушинская Г.К.* Программа развития местных инициатив как основа развития муниципального образования и возможности подготовки муниципального управленческого резерва // Материалы XIV Российского Муниципального Форума [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://municipal-sd.ru/video/anapa-2014/index.html. (дата обращения 09.02.2017).

6. Управление инфраструктурными проектами: учебное пособие для высшего профессионального образования / *С.А. Измалкова, Т.А Головина, И.Л. Фаустова, И.А. Тронина, С.С. Елецкая.* Орел: ФГБОУ ВПО «Госуниверситет УНПК», 2012. 171 с.

7. *Shah, Anwar* (2007), Participatory Budgeting (Washington, D.C.: World Bank). 92 p.

УДК 338.46

[36]**Любишина Алина Викторовна**
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»

НАПРАВЛЕНИЯ СНИЖЕНИЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫХ УСЛУГ В КРУПНЫХ ГОРОДАХ РОССИИ

Аннотация. Исследование посвящено изучению сферы общественных услуг как одной из ключевых сфер крупного города. В данном исследовании изучение общественного сектора услуг рассматривается в крупных городах РФ населением более миллиона человек. Информационную базу составили документы: паспорта тринадцати крупных городов за 2011-2014 годы, отчеты Федерального казначейства об исполнении федерального бюджета за 2014 год, консолидированного бюджета РФ, отчеты об исполнении бюджетов, в том числе доходы и расходы местных образований за 2014 год, структура потребительских расходов домашних хозяйств РФ за выбранный период.

По результатам полученных данных проделан анализ объемов социальных расходов и показателей по ключевым сферам общественных услуг (здравоохранение, образование, ЖКХ, культура и спорт), распределены крупные города России по уровню развития сектора общественных услуг, выявлен крупный город-лидер.

Ключевые слова: стратегическое управление, крупный город, сектор общественных услуг, дифференциация, социальные расходы.

Lyubishina Alina, V.
National Research University
«Higher School of Economics»

DIRECTIONS OF REDUCING THE DIFFERENTIATION OF PUBLIC SERVICE OF BIG CITIES IN RUSSIA

Abstract. Research is devoted to the study of public service as one of the most important spheres of a city. We study Russian cities which population is about one million people. Research data includes: government's documents of 13 cities (2011-2014), reports of Federal Treasury on execution of the Federal budget in 2014, the consolidated budget of the Russian Federation, revenues and expenditures of local entities in 2014, the structure of consumption expenditure of Russian households in the selected period.

According to data, an analysis of the volume of social spending and indicators in Public Service (health, education, housing, culture and sport), Russian cities were distributed according the level of development of the Public Service Sector and the best city was identified.

Keywords: strategic management, big city, public service, differentiation.

Города играют важную роль в процессе развития региона и страны в целом, именно поэтому процесс развития России быть ориентирован на них как точки экономического роста. Современные российские экономгеографы классифицируют крупные российские города как центры роста, выделяя федеральные центры страны – Москву и Санкт-Петербург, города-миллионники, центры регионов и моногорода [1]. Подобная классификация удобна для исследования

© Любишина А.В., 2017.

с целью изучения объективного состояния однородных единиц, например, городов-миллионников – административных центров.

Управление городами направлено на реализацию целей создания благоприятных условия для долгой, безопасной и благополучной жизни людей, обеспечивая социальную стабильность в обществе. Под управлением мы понимаем организующую деятельность людей, которая осуществляется для достижения определенных целей как конкретных состояний отдельных характеристик/подсистем города, достижение которых является для него желательным и эта деятельность направлена на их достижение. Таким образом, повышение уровня и качества жизни населения является ключевой целью управления городом, а сфера общественных услуг формирует уровень и качество жизни населения. Для того, чтобы максимально обеспечить удовлетворение потребностей населения и тем самым повышать уровень благосостояния населения, например, в крупных городах необходимо четко формулировать цель управленческой деятельности. Для разработки системы стратегических целей и задач используется ряд методов. Первым из них является метод назначения оценок целей в сравнении со всеми другими в рассматриваемой их совокупности, он, как правило, может включать в себя множество других методов оценивания, например, использование различных шкал: бальные или порядковые, которые в конечном счете пересчитываются в относительные оценки значимости, нормированные по сумме к единице или 100%. Второй метод рассматривает оценку целей в этой совокупности в процессе парного сравнения [5].

В качестве предмета исследования выступает совокупность управленческих и связанных с ними социально-экономическими и организационными отношений, возникающих в процессе формирования и реализации будущего развития сферы услуг крупного города. Объектом исследования является сфера общественных услуг в нем.

Только в XX веке ученые более интенсивно занялись сущностным определением классификационных признаков услуг. Например, Н.Н. Панкратьева предлагает верную трактовку услуг на современном этапе: «услуги – экономическая деятельность, непосредственно удовлетворяющая личные потребности членов общества, домашних хозяйств, потребности разного рода предприятий, объединений, организаций или потребности общества в целом, не воплощенные в материально-вещественной форме» [7]. Эффективное предоставление общественных услуг подразумевает в значительной степени результативное управление расходами бюджета, поэтому акцент на финансировании за счет средств местного бюджета связан с сущностью городских финансов как сводного ресурсного источника обеспечения этих услуг.

Согласно уже проведенным исследованиям [2], можно выделить несколько принципов стратегического управления для публичных услуг в крупном городе: принцип обеспечения высокого качества услуг, принцип обеспечения равного доступа для населения, проживающего на территории крупного города, принцип единства правовых и организационных основ предоставления, принцип подконтрольности оказания органам исполнительной власти, принцип рациональности и оптимальности оказания услуг [3].

Таким образом, с помощью существующих методов оценки общественного сектора территорий [4] и, в частности, городов, можно провести анализ общественного сектора крупных городов Российской Федерации.

В данном исследовании изучение общественного сектора услуг рассмотрено в крупных городах Российской Федерации с населением более миллиона человек. В выборку вошли города – административные центры субъектов России: Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Новгород, Самара, Омск, Волгоград, Воронеж, Казань, Красноярск, Пермь, Ростов, Уфа, Челябинск. Список городов как однородных территориальных единиц в исследовании выбран для дальнейшего анализа сектора общественных услуг.

Соответственно, информационной базой для анализа послужили паспорта тринадцати выбранных нами административных центров Российской Федерации за 2011-2014 годы [17], отчеты Федерального казначейства об исполнении федерального бюджета за 2014 год [18], консолидированного бюджета Российской Федерации, отчеты об исполнении бюджетов, в том числе о доходах и расходах муниципальных образований за 2014 год, структуре потребительских расходов домашних хозяйств за период [16].

Как показал анализ данных Федерального Казначейства о структуре расходов бюджетов разного уровня по итогам их исполнения, с 2010 года по настоящее время социальная сфера финансируется за счет средств региональных и местных бюджетов и в расходах федерального бюджета социальные расходы составляют около 15%, то в расходах консолидированных бюджетов субъектов РФ это может быть 60 и более процентов.

Оценивая сектор общественных услуг выбранных городов в целом, был применен бальный метод по каждому городу за период с 2011 по 2014 год. На основе полученных данных построен рейтинг городов по развитию ключевых сфер общественных услуг: здравоохранение, образование, ЖКХ и культура и спорт. Результаты за период резко выделили достижения в Новосибирске: наибольший балл в сумме по всем анализируемым нами сферам общественных услуг– 11,46, а достижения в Перми – наименьшие значения- 6,09, вдвое ниже, чем в городе – лидере по анализируемой нами группе городских центров. Это можно интерпретировать, как существенные различия в уровне территориальной доступности предоставляемых услуг населению (рис. 1).

На рисунке наглядно видны разрывы различия в городах-центрах в развитии общественных услуг: за Новосибирском с небольшим отрывом следует Омск и с примерно одинаковыми значениями достижений по развитию общественных услуг находятся остальные города. Но Волгоград показывает результаты, приближенные к минимальному значению.

Обобщая полученные данные, выделив город-лидер – Новосибирск с наибольшей численностью населения (1548 тысяч жителей в 2014 году) по развитию ключевых сфер общественных услуг, важно соотнести полученные значения показателей с другими. Согласно общему рейтингу социальных расходов в структуре местных бюджетов крупных городов – административных центров Российской Федерации в 2011-2014 годах Новосибирск занимает также лидирующую позицию по отношению к другим в выборке крупным городам. Дейст-

вительно, высокий уровень социальных расходов соответствует высоким показателям развития ключевых сфер сектора общественных услуг. В ходе анализа было выявлено, что максимальный уровень развития в этих сферах был в 2011 году, когда социальные расходы составляли 83%. Далее в Новосибирске произошло сокращение социальных расходов до 60-70%. Это отразилось и в уровне социального развития города, но он сохранил достаточно высокие показатели по каждой из рассмотренных нами сфер в экономике. При этом анализ показывает, что в 2013-2014 годах Новосибирск имел низкие достижения в здравоохранении, когда социальные расходы на эту сферу были снижены до минимума (менее 1%). В городах нами было выявлено максимальное значение социальных расходов на душу населения в 2011-2014 годах – от 17000 до 20000 рублей. Но по уровню доходов на душу населения Новосибирск также занимает высшие позиции со значениями – от 23000 до 25000 рублей на душу населения. Однако с 2011 года в Новосибирске наблюдается тенденция к сокращению социальных расходов, что напрямую отражается на показателях по здравоохранению, образованию, ЖКХ, культуре и спорту.

Рис. 1. Развитие ключевых сфер общественных услуг
в крупных городах Российской Федерации в 2011-2014 годах
Источник: данные муниципальных образований за 2011-2014 гг.

Подводя итог, отметим, что Новосибирск был выделен в качестве наиболее успешного города в сфере управления сектором общественных услуг. Более того, по результатам полученных данных четко прослеживается прямая корреляция между сокращением объема социальных расходов и изменением показателей по ключевым сферам общественных услуг в рассмотренной нами выборке городов.

Так как в Российской Федерации с 2010 года финансирование сектора общественных услуг осуществляется посредством бюджетов местных образований, то, соответственно, цели и приоритеты развития этой сферы рассматриваются в рамках будущих стратегических целевых фокусировок управления. А одной из главных целей городской экономики является обеспечение большего объема общественных услуг высокого качества. Именно поэтому в качестве перспективного направления исследования можно выделить анализ результатов реализации стратегических документов городов-миллионников для сопоставления и оценки фактических достижений с поставленными целями.

Список литературы

1. *Зубаревич Н.В.* Города как центры модернизации экономики и человеческого капитала // Общественные науки и современность. 2010. С. 5-19.
2. *Кайсарова В.П.* Стратегическое управление развитием общественных услуг крупного города: теория и методология. СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2011.
3. *Кайсарова В.П.* Теория публичных услуг и проблемы ее реализации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5. Экономика. 2010. №4. С. 88-97.
4. *Кайсарова В.П.* Территориальная дифференциация общественных услуг: проблемы и решения в крупных российских городах // Развитие экономики в нестабильной международной политической ситуации. СПб., 2016. С. 46-48.
5. *Кайсарова В.П.* Эффективность сервисной деятельности и механизмы повышения качества услуг в организациях общественного сектора услуг // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2014. №20. С. 102-109.
6. *Кайффманн А., Лимонов Л.Э., Несена М.В.* К новой типологии крупных российских городов: результаты кластерного анализа // Городской альманах. 2014. С. 7-26.
7. *Панкратьева Н.Н.* Система статистических показателей сферы услуг как сектора экономики // Вопросы статистики. 1998. С. 17.
8. *Сен А.* Развитие как свобода / *А. Сен*; Пер. с англ. под ред. и с послеслов. *Р.М. Нуреева*. М.: Новое издательство, 2004. 432 с.
9. *Сорокин А.А.* Определение и оценка уровня и качества жизни населения в современной науке // Экономика. 2011. С. 95-99.
10. Hauner D. Explaining Differences in Public Sector Efficiency: Evidence from Russia's Regions // World Development. 2008. P. 1745–1765.
11. *Hauner D., Kyobe A.* Determinants of Government Efficiency // IMF Working Papers. 2008. P. 27.
12. *Henderson J.* Cities and development // Journal of Regional Science. 2010. P. 515-540.
13. *Scott A., Storper M.* Regions, Globalization, Development // Regional Studies. 2003.
14. *Robinson J.* Ordinary cities: between modernity and development. London. 2006.
15. *Tiebout C.* A Pure Theory of Local Expenditures // Journal of Political Economy. 1956. P. 416-424.
16. Сайты муниципальных образований: Новосибирск – http://novo-sibirsk.ru/, Омск – http://www.admomsk.ru/, Красноярск – http://www.admkrsk.ru/, Воронеж – http://www.voronezh-city.ru/.
17. Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/.
18. Федеральное казначейство. URL: http://www.roskazna.ru/.

УДК 338.24.01

Межов Игорь Степанович
Алтайский государственный технический университет
Клецкова Елена Викторовна
Алтайский Государственный университет

СИСТЕМНЫЕ ИМПЕРАТИВЫ ВЫБОРА ПАРАДИГМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКОЙ

Аннотация. Приводятся результаты анализа трендов развития региональной экономики и рассматриваются теоретико-методологические подходы к решению проблем управления хозяйственным комплексом, в частности, обеспечение устойчивого роста ВРП и консолидированного бюджета. Показано, что в условиях частной собственности на предприятия и большой доли нерезидентов, существенно снижется результативность развития отраслей региональной экономики, объемы инвестирования не достигают даже размеров простого воспроизводства, происходит явная деградация промышленного комплекса.

Рассматривается необходимость уточнения и корректировки тех положений теории, которые затрагивают баланс интересов частных собственников предприятий и интересов населения региона, на которых они территориально размещены, используют региональные ресурсы и исторически были источниками доходов региона. Исследование проведено на примере Алтайского края.

Ключевые слова: регион, межотраслевой баланс, воспроизводство, валовой региональный продукт, концептуальная модель, региональное управление.

Mezhov Igor, S.
Altai State Technical University
Kleckova Elena, V.
Altai State University

SYSTEMIC IMPERATIVES OF CHOICE IN THE PARADIGM OF MANAGEMENT OF REGIONAL ECONOMY

Abstract. The results of the analysis of development trends of the regional economy and examines the theoretical and methodological approaches to the solution of problems of management of an economic complex, in particular, the sustainable growth of GRP and consolidated budget. It is shown that in conditions of private ownership of enterprises and a large share of nonresidents, significantly impairs the performance of development sectors of the regional economy, the volume of investments do not even reach the size of simple reproduction, there is an obvious degradation of the industrial complex. Discusses the need for clarification and adjustment of those theories that affect the balance of interests of private owners of enterprises and the organization and interests of the population of the region in which they are geographically located, using regional resources and have historically been sources of income in the region. The study was conducted on the example of Altai region.

Keywords: region, interindustry balance, reproduction, gross regional product, the conceptual model, regional management.

Переход России к рыночной экономике кардинально изменил парадигму практической организации управления региональной экономикой. Централиза-

© Межов И.С., Клецкова Е.В., 2017.

ция и плановость ее развития сменилась парадоксальным сочетанием системного противоречия: ответственность за социально-экономическое состояние осталось за регионом, а источники доходов оказались в частных руках. Устранение этого противоречия, проявляющегося из года в год в постоянной нехватке инвестиционных ресурсов, хроническом дефиците региональных бюджетов, потере производств, рабочих мест и т.п. инициировала исследования по поиску результативных инструментов воздействия на региональную экономику.

Многие исследователи вернулись к методологии регионального воспроизводства, делая ставку на взаимосвязанные процессы: «производство-обмен», «накопление-потребление», «ввоз-вывоз», взаимодействие отраслей, балансы и пропорции воспроизводства [1, 2, 18].

Значительное число исследований посвящено координации организаций региона, что объясняется потерей системной целостности их взаимодействия [3, 4, 5]. Игнорирование системных принципов не позволяет создать предпосылки для повышения эффективности и устойчивости действующей системы управления регионом, когда стратегии развития, инвестирования, использование нераспределенной прибыли, формируются собственниками на основе их частных интересов [6].

Опора на региональную промышленную политику инициировали научный поиск в области формирования теоретических основ стратегического управления регионом [7, 8]. Важнейшим элементом стратегического управления в данном контексте является разработка концепции развития региона [9].

Значительное число работ посвящено проблеме саморазвития и конкурентоспособности регионов [10, 11, 12]. Так, например, согласно Б. Гринчель: «Под конкурентным потенциалом региона понимается совокупность конкурентных преимуществ и привлекательных характеристик данного региона, которые способствуют эффективному использованию имеющихся и привлечению внешних ресурсов» [13. С. 100]. Фактор конкурентоспособности целесообразно рассматривать, если региональная экономика рассматривается как «квазикорпорация». Однако, в этом случае, региональные правительства должны решать не только социальные, но и производственные задачи: роста, инвестиций, воспроизводства, ресурсов, эффективности. Ряд исследователей считают прогнозирования развития региональной экономики важным элементом управления, поскольку: «Перспективные экономические расчеты – необходимый элемент процедуры формирования региональной политики» [14. С. 67].

Произошел определенный ренессанс и к модели межотраслевого баланса, поскольку считается, что он позволяет оценивать варианты состояния экономики, как со стороны потребления, так и со стороны производства» [15]. В ряде работ предлагают более сложные и модели прогноза регионального развития, например на основе имитационных моделей [16].

Результаты нашего анализа моделей управления регионом показывает, что, в основном, превалирует пассивный подход (мониторинг), без разработки конструктивных форм управления развитием. В ряде работ предпринимается попытка поиска активных методов воздействия на экономику через инновационный тип развития [17], однако главный пафос сводится к способности при-

оритетно получать государственные инвестиции, что по нашему мнению совершенно не достаточно.

Общий итог краткого анализа моделей регионального управления состоит в том, что в них не затрагиваются фундаментальные проблемы функционирования и развития регионов. В частности, не учитывают такие важнейшие аспекты как структура собственности на объекты хозяйственного комплекса региона, соотношение частной и государственной, резидентов и не резидентов. Многие предприятия находятся в собственности не резидентов, что негативно сказывается на инвестиционных и воспроизводственных процессах. Не контролируемый вывоз денежной массы из региона подрывает обменные процессы воспроизводственного механизма, нарушают соответствующие пропорции, и, в конечном итоге тормозят рост его экономики. Не теряет своей актуальности и проблема поиска методов активизации роста ВРП, поскольку данный показатель наиболее концентрированно отражает состояние региональной экономики [25].

Следует подчеркнуть, что специалисты и органы власти осознают глубину проблем управления регионом, предпринимаются различные подходы к трансформации его экономики и управления, однако устойчивой, положительной динамики развития ключевых показателей не наблюдается. Это подтверждается статистическими исследованиями органов государственной статистики [19], например, экономика Алтайского края, в целом находится в состоянии стагнации. Иллюстрация вышесказанного представлена в табл. 1. Это видно по динамике таких показателей как: численность населения, численность занятых в экономике, среднедушевые денежные доходы и зарплата, валовой региональный продукт, дефицит консолидированного бюджета. Возникает вопрос: в чем проблема? Почему на все попытки улучшения, или изменения ситуации в лучшую сторону, результативность предпринимаемых усилий оказывается низкой или неудовлетворительной?

Ответ на данные вопросы следует искать в области системной методологии. В частности, как правило, оказывается не корректной концептуальная модель системы управления регионом, как следствие, осуществляется неправильная диагностика, и принимаются не правильные управленческие решения, что отражается на показателях развития в сравнении с другими регионами (табл. 2). Кроме прочих, можно указать и на недооценку организационно-экономической роли крупных корпораций в производстве валового регионального продукта.

Это подтверждается анализом за последние 5 лет, такого вида значимого для края вида экономической деятельности (отрасли) как «сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство» [19, 23]. Важно так же регулировать деятельность посредников в агропромышленном комплексе, поскольку они вымывают инвестиции из звена производителей зернового и мясомолочного сырья, искажают воспроизводственный механизм не в пользу товаропроизводителей. Посредники, обладая монополией на обменные операции (посреднические услуги) диктует производителю невыгодные, для него цены. Все вышесказанное указывает на то, что принимаемые стратегии и программы развития экономики такого региона как Алтайского края будут целесообразны в том случае, когда будет учитываться реальный уровень управляемости регионального хозяйственного комплекса.

Таблица 1

Некоторые социально-экономические показатели Алтайского края*

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014
Численность населения (на конец года), тыс. человек	2417,4	2407,2	2398,7	2390,6	2384,8
Естественный прирост, убыль (-) населения, человек	-5516	-4403	-2253	-1694	-2557
Миграционный прирост, снижение (-), человек	-4287	-5725	-6226	-6419	-3269
Численность занятых в экономике, тыс. человек	1145,7	1115,9	1120,5	1055,1	1069,9
Среднедушевые денежные доходы населения (в месяц), руб.	11029	12500	13617	15979	18433
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций, рублей	12051	13823	16010	18011	19452
Валовой региональный продукт (в основных текущих ценах), млн рублей	302901	332118	368995	410823	447906904
Продукция сельского хозяйства, млн рублей	83335	93784	94297	114743	108065
Оборот розничной торговли, млн рублей	180376,9	218077,2	254124,7	282804,2	306526,3
Доходы консолидированного бюджета края, млн рублей	72375,8	81204,0	82275,0	87556,6	94549,7
Расходы консолидированного бюджета края, млн рублей	67322,6	80889,6	86894,4	88326,0	95713,4
Профицит (+), дефицит (-) консолидированного бюджета края, млн рублей	+5053,2	+314,4	-4619,4	-769,4	-1163,7
Кредитные вложения в экономику (на конец года), млн рублей	140722,5	156386,2	118397,0	119073,0	59704,04)
Сальдированный финансовый результат в экономике, млн рублей	24045,6	18492,5	20903,1	18191,2	20385,1
Инвестиции в основной капитал, млн рублей	54579,7	70307,6	83853,2	94586,2	102169,4
Индекс потребительских цен (%)	108,2	104,8	107,2	107,0	111,2

*Составлено на основе [19].

Таблица 2

Показатели социально-экономического развития Алтайского края в 2014 году*

Наименование показателя	Значение	Место в СФО	Место в РФ
Площадь территории, тыс. кв. км.	168	8	22
Численность населения, тыс. чел.	2 384,8	5	22
Плотность населения, человек на 1 кв. км	14,2	3	52
Валовой региональный продукт на душу населения, тыс. руб.	171,6	10	67
Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами, млрд. рублей	254,4	7	42
Производство сельскохозяйственной продукции, млрд. руб.	113,9	1	8
Оборот розничной торговли, млрд. руб.	306,5	5	22
Внешнеторговый оборот на душу населения, тыс. долл. США	0,48	10	67
Финансовая самообеспеченность региона, %	58,1	8	66
Доля финансовой помощи, %	41,9	4	20
Уровень сбора налогов в расчете на одного занятого, тыс. руб.	46,3	10	65
Среднедушевые денежные доходы населения, руб.	18 434	9	69
Уровень зарегистрированной безработицы, %	1,8	8	66
Уровень безработицы, %	7,2	6	61
Просроченная задолженность по заработной плате, млн. руб.	16,7	5	42

*Составлено на основе [19, 22, 24].

В этой части, как нам представляется, наблюдается определенный провал в концептуальном представлении региональной экономики как объекта управления: с одной стороны требование общей координации деятельности отраслей, с другой, правовые барьеры частной собственности и сложившиеся модели корпоративного управления. Резюмируя вышесказанное и, исходя из того, что основной императив управления регионом, заключается в обеспечении ее поступательного, эволюционного развития, необходимо:

− сформировать концептуальную модель экономики региона, которая наиболее адекватно представляет процесс ее функционирования и служит основой для формирования реальной подсистемы управления регионом;

− учитывать базовые свойства региональной экономики как сложной, многоуровневой системы, используя скользящее планирование для активного воздействия на ключевые отрасли, активизации внутреннего потребления и межотраслевых обменов.

Список литературы

1. *Саяпова А.Р.* Прогнозирование межотраслевых пропорций в регионе. М.: Наука, 2003. 222 с.

2. *Суворов Н.В., Балашова Е.Е.* Межотраслевой анализ взаимосвязи структурных изменений, эффективности внешнеэкономических связей и масштабов инвестиционной деятельности в отечественной экономике. 2002. №5. С. 48-63

3. *Бородин В.А.* Промышленность Алтая: на рубеже веков: Монография. Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2007. 233 с.

4. *Пчелинцев О.С.* Региональная экономика в системе устойчивого развития / О.С. Пчелинцев; Ин-т народнохозяйственного прогнозирования РАН. М.: Наука, 2004. 258 с.

5. *Татаркин А.И., Татаркин Д.А*. Саморазвивающиеся регионы: макроэкономические условия формирования механизма функционирования // Проблемы региональной экономики. 2009. №1, 2. С. 49–70.

6. *Стиглиц Дж.* Quis custodiet ipsos custodes? Неудачи корпоративного управления при переходе к рынку // Экономическая наука современной России. №4. 2001. С. 107-146.

7. *Губанов С.* К политике неоиндустриализации России // Экономист. 2009. №9. С. 3-20.

8. *Пенкин А.* Стратегическое планирование: реализация государственных программ // Проблемы теории и практики управления. 2013. № 11. С. 79-83.

9. *Межов И.С., Гринь А.М., Пустовой Н.В.* Интеграция университетов и промышленных корпораций в стратегиях инновационного развития (Монографии НГТУ). Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2011. 273 с.

10. *Гранберг А.Г.* О программе фундаментальных исследований пространственного развития России // Регион: экономика и социология. 2009. №2. С. 166-178.

11. *Важенина И., Важенин С.* Конкурентный иммунитет территории // Проблемы теории и практики управления. 2014. №2. С. 70-78.

12. *Татаркин А.* Программно-проектные возможности повышения конкурентоспособности территории // Проблемы теории и практики управления. 2013. №8. С. 8-15.

13. *Гринчель Б.М.* Конкурентный потенциал и конкурентная привлекательность регионов // Регион: Экономика и Социология. 2013. №3. С. 96-111.

14. *Суворов А.В., Горст М.Ю.* Система макроэкономических балансов для прогнозирования экономики региона // Проблемы прогнозирования. 2003. №4. С. 67-82

15. *Горшенина Е.В.* Региональные экономические исследования: теория и практика. Монография. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2009. 203 с.

16. *Хасаев Г., Цыбатов В.* Технология прогнозирования регионального развития: опыт разработки и использования // Проблемы прогнозирования. 2002. №3. С. 64-82

17. *Гродская Г.Н.* Новая стратегия экономического развития региона // Экономические науки. 2009. №6(55). С. 54-57.

18. *Суворов Н., Суворов А., Борисов В.* Экономический рост, межотраслевые пропорции и приоритеты развития реального сектора в среднесрочной перспективе // Проблемы прогнозирования. 2002. №4. С. 49-64.

19. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.akstat.gks.ru (дата обращения 31.05.2016).

20. Официальный сайт Главного управления Алтайского края по труду и социальной защите [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.trud22.ru/ (дата обращения 31.05.2016).

21. Официальный сайт Управления Алтайского края по промышленности и энергетике. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.alt-prom.ru/.

22. Официальный сайт Алтайского края [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://altairegion22.ru/ (дата обращения 31.05.2016).

23. Официальный сайт Главного управления сельского хозяйства Алтайского края [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.altagro22.ru/ (дата обращения 31.05.2016).

24. Официальный сайт Главного управления экономики и инвестиций [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.econom22.ru/ (дата обращения 31.05.2016).

25. *Швецов А.* «Точки роста» или «черные дыры»? (К вопросу об эффективности применения «зональных» инструментов госстимулирования экономической динамики территорий) // Российский экономический журнал. 2016. № 3.

УДК 336

Найденова Татьяна Анатольевна
Швецова Ирина Николаевна
Сыктывкарский государственный университет
им. Питирима Сорокина

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИНЦИПА БЮДЖЕТНОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. Статья посвящена вопросам реализации конституционного принципа бюджетной самостоятельности местного самоуправления в РФ. В федеральном законодательстве отсутствуют развернутые детальные нормы финансовой самостоятельности местных бюджетов и правовые инструменты ее обеспечения. Происходит все большее аккумулирование бюджетных средств на федеральном уровне с последующим их выделением местному самоуправлению по остаточному принципу, централизация бюджетных полномочий местной власти не только на городском и районном уровне, но и на уровне субъектов РФ. Усиление бюджетной зависимости местной власти от вышестоящих властей свидетельствует о том, что конституционный принцип бюджетной самостоятельности местного самоуправления реализуется не в полной мере.

Ключевые слова: местное самоуправление, бюджет, финансовые основы местного самоуправления.

Naydenova Tatyana, A.
Shvecova Irina, N.
Syktyvkar State University

IMPLEMENTATION OF THE PRINCIPLE OF BUDGET SELF-GOVERNMENT IN THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract. The article is devoted to the implementation of the constitutional principle of fiscal autonomy of local government in the Russian Federation. The federal legislation does not contain detailed rules detailed financial autonomy of local budgets and legal instruments to ensure it. There is a growing accumulation of budget funds at the federal level and their subsequent release of local government as a residual, the centralization of budgetary powers of local authorities not only at the local and regional level but also at the level of the RF subjects. Strengthening budget dependence of local authorities from higher authorities indicates that the constitutional principle of independence of local government budget is not implemented in full.

Keywords: local government, the budget, the financial basis of local government.

© Найденова Т.А., Швецова И.Н., 2017.

В Конституции РФ закреплен статус местного самоуправления как одного из уровней публичной власти. Важнейшими элементами такого статуса, обеспечивающего самостоятельное решение населением вопросов местного значения, является самостоятельное формирование, утверждение и исполнение органами местного самоуправления местного бюджета [1]. Тем самым в Конституции РФ декларирован принцип бюджетной самостоятельности местного самоуправления в качестве одного из принципов организации местной власти.

Однако в Конституции РФ указанный принцип не конкретизирован. Содержание принципа бюджетной самостоятельности местного самоуправления раскрыто в Европейской хартии местного самоуправления [2]. Для реализации на практике принципа бюджетной самостоятельности местного самоуправления, международный документ требует выполнения следующих условий:

1. Органы местного самоуправления имеют право, в рамках национальной экономической политики, на обладание достаточными собственными финансовыми ресурсами, которыми они могут свободно распоряжаться при осуществлении своих полномочий.

2. Финансовые ресурсы органов местного самоуправления должны быть соразмерны полномочиям, предоставленным им Конституцией или законом.

3. По меньшей мере часть финансовых ресурсов органов местного самоуправления должна пополняться за счет местных сборов и налогов, ставки которых органы местного самоуправления вправе определять в пределах, установленных законом.

4. Финансовые системы, на которых основываются ресурсы местных органов самоуправления, должны быть достаточно разнообразными и гибкими, с тем чтобы следовать, насколько это практически возможно, за реальным изменением издержек, возникающих при осуществлении местными органами своих полномочий.

5. Защита более слабых в финансовом отношении органов местного самоуправления требует ввода процедур финансового выравнивания или эквивалентных мер, направленных на корректировку последствий неравномерного распределения возможных источников финансирования, а также лежащих на этих органах расходов. Такие процедуры или меры не должны ограничивать свободу выбора органов местного самоуправления в пределах их собственной компетенции.

6. Порядок предоставления перераспределяемых ресурсов необходимо должным образом согласовывать с органами местного самоуправления.

7. Предоставляемые местным органам самоуправления субсидии, по возможности, не должны предназначаться для финансирования конкретных проектов. Предоставление субсидий не должно наносить ущерба основополагающему принципу свободного выбора органами местного самоуправления политики в сфере их собственной компетенции.

8. Для финансирования инвестиций органы местного самоуправления должны в соответствии с законом иметь доступ к национальному рынку капиталов.

Россия, подписав Европейскую хартию местного самоуправления, обязалась закрепить в законодательстве на федеральном и региональном уровнях принципы финансовой самостоятельности органов местного самоуправления.

Такие принципы зафиксированы в Федеральном законе от 6 октября 2003 г. №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

В соответствии с данным законом экономическую основу местного самоуправления составляют собственные финансовые ресурсы, которые сосредоточены в местном бюджете. Без достаточного финансового обеспечения не могут быть удовлетворены основные потребности населения в общественных товарах и услугах.

Практика показывает, что в настоящее время у муниципальных образований отсутствуют в достаточном объеме финансовые ресурсы для покрытия всех возложенных на них полномочий, о чем свидетельствуют данные табл. 1.

Данные табл. 1 позволяют сделать вывод о наличии растущего дефицита бюджета в большинстве муниципалитетов, что свидетельствует о недостаточности финансовых средств для финансирования расходных полномочий.

Налоговые и неналоговые доходы покрывают незначительную часть расходов муниципалитета.

За местными бюджетами на постоянной основе закреплены два налога: земельный налог и налог на имущество физических лиц, которые обеспечивают только 2% доходов бюджета. Остальные налоговые доходы муниципалитеты получают в порядке перераспределения. К тому же органам местного самоуправления запрещено вводить налоги, не предусмотренные Налоговым кодексом РФ. Стабильность финансового обеспечения местного самоуправления возможна только при условии расширения спектра налогов и сборов, закрепленных за местными бюджетами.

Доходы от использования муниципальной собственности также не велики.

Нужно учесть, что, во-первых, только часть объектов этой собственности приносит доход муниципальным образованиям (например, сданные в аренду земельные участки). Другая же часть объектов не только не приносит дохода, но и требует постоянных и значительных финансовых затрат, необходимых для их содержания и функционирования (например, автомобильные дороги в границах населенных пунктов).

Во-вторых, сам по себе обширный перечень имущества непосредственно не влечет за собой возникновение права муниципальной собственности. Зачастую муниципальные бюджеты недополучают налоговые поступления ввиду отсутствия регистрации и учета земельных участков и объектов капитального строительства в компетентном регистрирующем и налоговом органах. В отдельных поселениях может не быть земельных участков (долей) в муниципальной собственности ввиду того, что права на них не оформлены надлежащим и законным образом. В связи с этим возникает необходимость активизации в муниципальных администрациях работы по уточнению сведений о земельных участках, объектах капитального строительства прежде всего путем обработки архивных данных, осуществления полной инвентаризации объектов, выявления незарегистрированных надлежащим образом земельных участков и объектов недвижимости.

Широкий перечень вопросов, за которые отвечают муниципалитеты, ставят муниципалитеты в зависимость от межбюджетных трансфертов.

Таблица 1

Состояние бюджетов муниципальных образований Республики Коми (дефицит (-), профицит (+) бюджета), тыс.руб.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Городские округа										
Сыктывкар	169053	-54223	124455	-155015	301957	-129545	395285	-354181	-326958	-240866
Воркута	2259	94093	236151	216200	-71911	181750	191023	104527	-343415	-132128
Инта	-32394	49839	10205	435036	-255577	143172	19214	-133858	-37781	-64030
Усинск	-24715	2438	62111	-14958	-109510	-182077	-148331	21375	253281	66432
Ухта	-5556	-16593	-109708	-102045	-161535	-147709	-36222	-141192	-43993	-4309
Муниципальные районы										
Муниципальный район Вуктыл	258	-2111	6512	4250	-4975	16954	30137	-27470	-15291	-19710
Муниципальный район Ижемский	9679	-5627	4741	66	-143	23706	48255	8542	-3514	-4562
Муниципальный район Княжпогостский	5845	36573	111657	-75450	-29725	88621	168639	-159105	44789	-74267
Муниципальный район Койгородский	4750	344	12746	-14223	978	-308	-932	26674	17256	-28536
Муниципальный район Корткеросский	66457	6588	-21924	-6140	26340	-36742	69123	-11814	-16713	-42572
Муниципальный район Печора	10197	2189	38415	6785	22593	146421	116352	93514	-50836	-36231
Муниципальный район Прилузский	28272	-8654	11769	-2284	-17828	36525	153081	-148165	-33967	-18586
Муниципальный район Сосногосрк	-9658	5460	50802	90725	-109347	68742	-38981	48970	-65246	14221
Муниципальный район Сыктывдинский	1103	5862	18645	-9307	24673	57837	39563	-25516	80687	-116528
Муниципальный район Сысольский	52879	4656	-6850	59395	-56312	28253	18688	-47125	-14197	-44214
Муниципальный район Троицко-Печорский	9230	-5463	-2609	1519	-624	25153	61363	14151	35120	-88210
Муниципальный район Удорский	19280	-7548	-7050	3270	20528	-36185	21299	12172	10919	-63773
Муниципальный район Усть-Вымский	-29518	-11806	20961	-10008	11486	13472	46955	15734	-20664	-80415
Муниципальный район Усть-Куломский	45312	-598	7755	878	18891	25610	97551	-43848	-80257	-40732
Муниципальный район Усть-Цилемский	14788	425	2693	1343	3280	22281	11193	-26478	2078	14098

Источник: Комистат [Электронный ресурс]: http://www.gks.ru/dbscripts/munst/munst87/DBInet.cgi (дата обращения 17.01.2017).

Таблица 2

Доля межбюджетных трансфертов в доходах бюджетов муниципальных образований Республики Коми

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Городские округа										
Сыктывкар	44	43	39	36	43	45	51	48	61	59,0
Воркута	69	65	68	63	56	53	54	54	60	61,4
Инта	71	78	78	85	64	67	51	60	74	63,6
Усинск	32	32	39	31	28	32	28	35	46	46,2
Ухта	39	36	45	37	37	42	46	43	59	60,5
Муниципальные районы										
Муниципальный район Вуктыл	57	56	63	58	61	58	65	58	68	64,8
Муниципальный район Ижемский	79	79	80	77	79	77	81	83	79	76,7
Муниципальный район Княжпогостский	49	55	61	66	63	65	68	67	72	65,5
Муниципальный район Койгородский	76	75	78	77	79	77	78	77	79	70,1
Муниципальный район Корткеросский	81	75	71	72	77	75	80	81	82	78,4
Муниципальный район Печора	57	62	53	55	55	58	61	57	74	70,1
Муниципальный район Прилузский	76	80	78	78	73	76	83	76	78	91,7
Муниципальный район Сосногосрк	56	63	68	59	63	70	69	73	80	82,1
Муниципальный район Сыктывдинский	69	74	73	70	70	76	72	72	79	66,0
Муниципальный район Сысольский	80	79	78	82	80	80	79	72	74	67,1
Муниципальный район Троицко-Печорский	80	74	74	68	72	73	80	75	77	70,6
Муниципальный район Удорский	80	81	69	70	73	70	76	68	70	68,9
Муниципальный район Усть-Вымский	62	70	74	70	79	79	79	82	81	89,9
Муниципальный район Усть-Куломский	78	76	76	73	75	78	83	82	80	72,8
Муниципальный район Усть-Цилемский	82	82	79	80	81	82	86	82	82	80,0

Источники: Города и районы Республики Коми, 2007. С. 268; Города и районы Республики Коми, 2008. С. 287; Города и районы Республики Коми, 2010. С. 259; Города и районы Республики Коми, 2011. С. 258; Города и районы Республики Коми, 2012. С. 253; Города и районы Республики Коми, 2013. С. 246; Города и районы Республики Коми, 2014. С. 252; Города и районы Республики Коми, 2015. С. 251; Города и районы Республики Коми, 2016. С. 254

Данные табл. 2 свидетельствуют о высокой зависимости местных бюджетов от безвозмездных поступлений из республиканского бюджета Республики Коми. Доля безвозмездных поступлений в доходах муниципальных бюджетов (за исключением Усинска) занимает более 50%. Этот источник доходов является не стабильным. Любые изменения экономической ситуации осложнят положение муниципалитетов. Поэтому политика государства должна быть нацелена на отход от безвозмездной финансовой помощи, которая не выполняет стимулирующей функции, к предоставлению муниципалитетам инструментов для самостоятельного зарабатывания денег. Предлагается расширить использование бюджетных кредитов и кредитов коммерческих банков, которые являются возвратными и платными. Это обеспечит переход от административных отношений к чисто экономическим отношениям.

Таким образом, отсутствие достаточности материальных ресурсов затрудняет местным органам власти реализацию своего основного предназначения – осуществления публичного управления по решению вопросов местного значения. В связи с этим принцип самостоятельности местных бюджетов в России носит условный характер и проявляется лишь в праве и обязанности органов местной администрации самостоятельно обеспечивать сбалансированность местного бюджета и эффективно использовать его средства в соответствии с нормами бюджетного законодательства РФ. Существующая финансово-экономическая основа муниципальной власти не позволяет его органам быть самостоятельным уровнем публичной власти, а конституционный принцип самостоятельности местного самоуправления реализуется не в полной мере.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации. [Электронный ресурс]: СПС КонсультантПлюс. Режим доступа: http: // www.consultant.ru (дата обращения 13.01.2017).

2. Европейская хартия местного самоуправления от 15 октября 1985 года. [Электронный ресурс]: СПС КонсультантПлюс. Режим доступа: http: // www.consultant.ru (дата обращения 13.01.2017).

3. *Дементьева О.А.* Проблемы реализации конституционного принципа бюджетной самостоятельности местного самоуправления в Российской Федерации // Законодательство и экономика. 2016. №9. [Электронный ресурс]: СПС КонсультантПлюс. Режим доступа: http: //www.consultant.ru (дата обращения 13.01.2017).

УДК 365

Николихина Светлана Анатольевна
Половникова Надежда Анатольевна
Петербургский государственный
университет путей сообщения
императора Александра I

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВТОРИЧНОГО РЫНКА ЖИЛЬЯ В РФ

Аннотация. Рассмотрено состояние и развитие жилищной сферы, которая имеет низкий уровень и не соответствует уровню предъявляемых требований; возложенные задачи выполняются не в полной мере, что достаточно сильно влияет на снижение качества жизни населения.

Рассматриваются вопросы развития жилищной сферы в РФ и формирование вторичного рынка недвижимости, его отличительные особенности, эластичность предложения, представлены изменения на данном этапе развития. В статье рассмотрен функциональный характер спроса на вторичном рынке недвижимости, выбор потребителя, потребительские свойства, эластичность предложения на вторичном рынке, товарные границы рынка вторичного жилья, отличительные черты и особенности, связанные с дополнительными издержками, уровень трансанкционных издержек, возраст потенциальных покупателей, интерес к новой вторичке, объектам бизнес-класса, стагнация роста цен в элитном сегменте недвижимости, уменьшение количества покупателей с прямыми деньгами.

Ключевые слова: жилищная сфера, первичный и вторичный рынки жилья, процесс приватизации, потребительские свойства, строительный рынок, спрос на современное жилье.

Nikolihina Svetlana, A.
Polovnikova Nadezhda, A.
St. Petersburg State Transport University

DEVELOPMENT TRENDS OF SECONDARY HOUSING MARKET IN RUSSIA

Abstract. Here are considered the state and development of the housing sector, which has a low level and does not meet the level requirements; assigned tasks are carried out not in full, that has a strong influence on the decline of the life quality.

Here are considered the problems of the housing sector development in the Russian Federation and the formation of the secondary real estate market, its distinctive features, the supply elasticity, the changes on this stage of development. The article deals with the functional nature of the demand of secondary real estate market, consumer choice, consumer properties, the supply elasticity on the secondary market, trade boundaries of the secondary housing market, the distinctive features and characteristics associated with additional costs, the level of transactional costs, age of potential buyers, interest in the new secondary housing, in business class objects, the stagnation of growth in prices on the elite segment of real estate, reduction of the number of customers with direct money.

Keywords: housing sphere, primary and secondary housing markets, privatization process, consumer properties, construction market, demand for modern housing.

© Николихина С. А., Половникова Н.А., 2017.

Важным социально-экономическим направлением преобразований в России можно выделить развитие жилищной сферы и сопутствующее ее реформирование, что создает необходимые условия для жизнедеятельности и развития человека. В России развитие жилищной сферы имеет низкий уровень, не соответствует уровень развития жилищной сферы предъявляемым требованиям; возложенные задачи выполняются не в полной мере, что достаточно сильно влияет на снижение качества жизни населения.

В Санкт-Петербурге в рамках приоритета «Повышение доступности жилья для населения» реализуются целевые программы: «Развитие долгосрочного жилищного кредитования в Санкт-Петербурге», «Молодежи доступное жилье», «Жилье работникам учреждений системы образования, здравоохранения и социального обслуживания населения»; ведется активная работа по расселению аварийного и ветхого жилищного фонда.

Первичный рынок жилья формируется в сфере жилищного строительства, так как реализация жилья как товара может происходить на любом этапе его создания, в том числе при практически нулевой готовности. Субъектом формирующем предложение на первичном рынке, является заказчик-застройщик (строительные или инвестиционные компании, либо девелоперские организации, выполняющие одновременно функции инвестора, заказчика и подрядчика), а субъектом обеспечивающим спрос выступает инвестор (домашние хозяйства, частные и государственные организации, органы государственного или муниципального управления и т.д.).

Жилье является частью национального богатства. Жилищный фонд в странах с развитой рыночной экономикой составляет от 20% до 45% воспроизводимого национального богатства. В Российской Федерации он достигает 20%, но с учетом дачных и садовых домов – до 1/3 национального богатства страны.

В 1991 году началось активное формирование и непосредственно развитие вторичного рынка жилья в России. Началом формирования послужил процесс приватизации жилья. На сегодняшний день, общий объем жилищного фонда в Российской Федерации составляет более 2 000 млн кв.м. При этом, в рыночный оборот вовлечено около 2% вторичного жилья.

Вторичный рынок жилья, как и первичный рынок, является частью рынка жилой недвижимости, но не связан непосредственно со строительным рынком.

На первичном рынке жилья в качестве продавцов выступают, в большинстве, организации (девелоперские, строительные, инвестиционные), на вторичном рынке жилья продавцами выступают физические лица. Роль главных и основных приобретателей на вторичном рынке непосредственно принадлежит населению.

На вторичном рынке жилья спрос формируется по тем же законам, что и на первичном рынке. В отличие от первичного рынка жилья, который, является достаточно организованной системой, вторичный рынок жилья представляет собой достаточно слабо структурированную и плохо организованную систему, так как субъектами отношений выступают, в преимуществе, физические лица. По этим причинам вторичный рынок в большей степени подвержен циклично-

сти (в том числе сезонной), также подвержен более значительным колебаниям цен и скорее реагирует на макроэкономические факторы.

Примером может служить реакция на экономический дефолт в 1988 году, когда произошел резкий подъем цен на рынке жилья. В результате скачок на первичном рынке жилья составил 48%, а на вторичном – 82,7%.

Спрос на вторичном рынке недвижимости имеет в большей степени функциональный характер, то есть выражен функциями жилища как потребительского блага. Возможность приобретения жилья на вторичном рынке в силу имеющихся показателей (более низкие цены, низкие инвестиционные риски по сравнению с первичным рынком и прочее) является одной из основных возможностей решения жилищной проблемы для значительной части населения. В различные периоды времени объекты вторичного рынка жилья могут демонстрировать различное состояние, значительно отличающееся от первичного рынка: объекты вторички могут быть дешевле в 1,2-1,5 раза, а могут быть и выше. На это непосредственно влияют экономические процессы и развитие первичного рынка строительства.

Выбор потребителя между объектами первичного и вторичного рынка жилья – важное проявление экономического выбора населения. Существенными критериями выбора жилья являются его потребительские свойства, которые определяют для покупателя полезность этого блага, и также важна цена. Потребительские свойства можно, в свою очередь, выразить двумя характеристиками – качеством (комфортабельность, функциональность, экологичность, эстетичность и т.д.) и количеством (размером жилища), а цена определяется размером бюджетных ограничений покупателя. Предпочитая высокое качество жилья, человек может пожертвовать, в некоторой степени, размерами жилища. И, наоборот, необходимость жилья большого размера , семья может удовлетвориться жильем меньшего качества.

На вторичном рынке жилья предложение непосредственно может сформироваться из существующего жилищного фонда и может потенциально быть ограничено только количеством жилых единиц, которые находятся в частной собственности, и возможно могли быть включены в рыночный оборот. В 2007 г. более 80 % всего жилищного фонда в Российской Федерации находилось в собственности граждан и соответственно могло быть задействовано в рыночном обороте. По экспертным оценкам в городах России, которые можно отнести к крупным, ежегодно осуществляются сделки, в которые вовлекаются 1,5-2 процента объектов, находящихся в частной собственности.

По некоторым исследованиям эластичность предложения на вторичном рынке довольно низкая – 0,2-0,3, то есть повышение рыночной цены на 10% увеличивает предложение вторички лишь на 2-3%.

Надо заметить, что рынок вторичного жилья имеет отношение к локальным рынкам. Территориальные границы вторичного рынка, как и первичного рынка жилья, совпадают с территориальными границами административного образования. Исходя из этого можно рассматривать вторичный рынок жилья как местный или региональный рынок.

Товарные границы вторичного рынка ограничены существующим жилищным фондом, который находится уже в эксплуатации, и включает жилье четырех категорий: жилье низкого качества (малогабаритное жилье с отсутствием одного или нескольких элементов внутреннего благоустройства), жилье стандартного качества (жилье, соответствующее современному стандарту жилища и полным благоустройством и стандартными планировочными и конструктивными решениями), жилье повышенной комфортности (жилье с улучшенными потребительскими характеристиками, большими габаритами жилых помещений, наличием в достаточном количестве вспомогательных и подсобных помещений, улучшенной внутренней отделкой), жилье элитное (крупногабаритное жилье достаточно высокого качества, с наличием вспомогательных и подсобных помещений, с высокого качества внутренней отделкой, наличием всевозможных дополнительных коммуникативных средств и дополнительного обслуживания, расположенное в престижных районах города и пригорода). Анализ сделок на вторичном рынке жилья, зарегистрированных в Санкт-Петербурге, показал, что на вторичном рынке обращается, преимущественно, малогабаритное жилье (основная причина – низкая стоимость) – средний размер квартир по зарегистрированным сделкам купли-продажи составил 27-44 кв.м.

Между первичным и вторичным рынками товарные границы не являются жесткими. Например, вновь построенное жилье, приобретенное на первичном рынке, в течение достаточно длительного времени могло не быть в эксплуатации (например, если жилье являлось инвестиционным активом, т.е. выполняло функцию капитала), но уже повторная сделка купли-продажи переводит данное жилье в объект вторичного рынка. И напротив, находящееся ранее в эксплуатации жилье после комплексной реконструкции и модернизации жилого дома может быть рассмотрено как объект первичного рынка.

Вторичный рынок недвижимости по типу рыночной структуры отличается от первичного рынка, так как на вторичном рынке жилья задействовано, как правило, много продавцов и покупателей, поэтому можно говорить о вторичном рынке как о конкурентном рынке.

Рынок жилья, и особенно вторичный рынок жилья обладает особой отличительной чертой – совершение сделки на вторичном рынке связано со значительными дополнительными издержками: временными и инвестиционными (трансакционными). В странах с развитым рынком недвижимости трансакционные издержки обычно составляют 5-6% цены объекта недвижимости, период времени подготовки, оформления сделки может достигать 100 дней. Все это связано с иммобильностью объекта недвижимости, сложностью поиска возможного покупателя или необходимого объекта. Уровень трансакционных издержек в России несколько выше, а в Москве и Санкт-Петербурге достигает 10% от стоимости объекта. Такой большой уровень трансакционных издержек является своего рода барьером входа на рынок возможных участников сделок.

В отличие от первичного рынка жилья, где имеют место быть экономические, технологические и административные барьеры входа на рынок, на вторичном рынке основную тормозящую роль играют институциональные барье-

ры, прежде всего, институты, регулирующие имущественные отношения и права собственности на жилую недвижимость.

Развитие и динамика первичного и вторичного рынков жилья имеют безусловно схожие тенденции, так как эти рынки тесно связаны между собой, как связана и динамика цен на первичное и вторичное жилье.

Перечислим изменения, которые присутствуют на данном этапе развития вторичного рынка недвижимости, на примере Санкт-Петербурга: возраст потенциальных покупателей снизился, составляет 25-35 лет; на первом месте при выборе объекта обращают внимание на максимальный комфорт объекта; транспортную доступность; повышенный интерес к новой вторичке (дома построенные 7-10 лет назад); 35-40% за прошедший год составляют сделки с качественными объектами, объектами бизнес-класса; расслоение спроса: интерес к недорогим однокомнатным и двухкомнатным квартирам, и также к качественному жилью в сравнительно новых домах; резкое падение спроса на приобретение комнат в коммунальных квартирах и увеличение спроса на квартиры – студии; снижение средних цен на жилье вторичного рынка за прошедший год; снижение числа сделок с недвижимостью старого фонда (сталинки, хрущевки, брежневки) на 20%; увеличение спроса на современное жилье; в целом произошло заметное увеличение жилищного фонда города за последние 10 лет более, чем на четверть; произошло снижение стоимости следующих объектов – трехкомнатные квартиры в монолитных домах (-6,5%), однокомнатные квартиры в старом фонде (-6,4%) и квартиры в жомах сталинской постройки (-6,3%); увеличение спроса на кирпичные и кирпично-монолитные дома; за прошедший год размер дисконта увеличился и составил более 10% от стартовой цены объекта; предложения на рынке недвижимости сегодня превышают спрос; перестали расти цены в элитном сегменте недвижимости (премиум); заметно упало количество покупателей с прямыми деньгами; большинство сделок совершалось с заемными и привлеченными средствами (ипотека, материнский капитал, субсидии и т.д.) или имели место встречные покупки.

Список литературы

1. *Николихина С.А., Николихин К.А.* Вторичный рынок недвижимости как элемент жилищного фонда / Актуальные проблемы управления инвестициями и имуществом в регионе: Сб. науч. тр. СПб, СПбГИЭУ, 2008. Вып. 2. С. 140-145.

2. Информационные материалы сайта Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www. gks. ru/ free_ doc / new_site/prices/icpvr_data.htm (дата обращения 10.02.2017.).

УДК 336

Новокшонова Елена Николаевна
Сыктывкарский государственный университет
им. Питирима Сорокина

ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ ЧЕРЕЗ МЕХАНИЗМ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы инвестиционной политики муниципальных образований как основы обеспечения устойчивости местного самоуправления. Предложено отнести вопросы формирования инвестиционной политики и привлечения инвестиций к полномочиям муниципалитетов, использовать механизм государственно-частного партнерства для привлечения инвестиций в муниципалитеты.

Ключевые слова: местное самоуправление, инвестиционная политика, инвестиции в основной капитал.

Novokshonova Elena, N.
Syktyvkar State University

ENSURING THE SUSTAINABILITY OF LOCAL SELF-GOVERNMENT THROUGH THE INSTRUMENTS OF INVESTMENT POLICY

Abstract. The paper deals with the investment policy of municipalities as the basis for the sustainability of local government. It proposed to include the issues of formation of the investment policy and investment to the powers of municipalities to use the mechanism of public-private partnerships to attract investment in the municipalities.

Keywords: local government, investment policy, investment in fixed assets.

Полномочия органов местного самоуправления по решению вопросов местного значения закреплены в федеральном законе №131-ФЗ от 6 октября 2003 г. «Об общих принципах организации местного самоуправления» (ст. 14). Однако в нем нет ни одного пункта, который ориентировал бы муниципалитеты к работе по формированию инвестиционной политики и привлечению инвестиций на свою территорию. Способы привлечения инвестиций определяются инвестиционной политикой. Поэтому сегодня остро стоит вопрос, насколько необходимо муниципалитетам заниматься инвестиционной политикой и к какому полномочию эту деятельность следует отнести. Инвестиционная политика – это важнейший, приоритетный инструмент комплексного развития. В свою очередь, роль муниципалитета как заинтересованного партнера, с которым инвесторам надо выстраивать отношения, также оказалась серьезно принижена. То, что Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления» выталкивает муниципалитеты из инвестиционного поля, является серьезной ошибкой, расплатой за которую будет неизбежное ухудшение общего инвестиционного климата в муниципальных образованиях. Подтверждением

© Новокшонова Е.Н., 2017.

данного факта является динамика инвестиций в основной капитал в муниципальных образованиях Республики Коми.

Таблица 1

Динамика инвестиций в основной капитал муниципальных образований Республики Коми, млн.руб.

	Исследуемый период		
	2013	2014	2015
Республика Коми	199151	201032	175098
Городские округа			
Сыктывкар	12878	13032	10783
Воркута	42750	22276	21705
Инта	25296	19258	24733
Усинск	45497	46567	42727
Ухта	11740	23302	27140
Муниципальные районы			
Муниципальный район Вуктыл	211	200	678
Муниципальный район Ижемский	671	770	436
Муниципальный район Княжпогостский	8546	3320	2821
Муниципальный район Койгородский	125	218	199
Муниципальный район Корткеросский	391	879	442
Муниципальный район Печора	22801	41793	20516
Муниципальный район Прилузский	438	714	774
Муниципальный район Сосногосрк	11263	15751	7691
Муниципальный район Сыктывдинский	932	736	815
Муниципальный район Сысольский	290	197	257
Муниципальный район Троицко-Печорский	716	567	1084
Муниципальный район Удорский	516	156	206
Муниципальный район Усть-Вымский	5256	2640	994
Муниципальный район Усть-Куломский	706	634	349
Муниципальный район Усть-Цилемский	261	167	205

Данные табл. 1 свидетельствуют об устойчивой тенденции снижения инвестиций в основной капитал в 2015 г. по сравнению с 2013 и 2014 гг. в большинстве муниципальных образований в Республике Коми. В некоторых муниципалитетах за анализируемый период объем инвестиций в основной капитал снизился существенно: в муниципальном районе «Усть-Куломский» – в 5,3 раза, в муниципальной районе «Княжпогостский» – в 4 раза, в городском округе «Воркута» – в 2 раза.

Объем инвестиций в основной капитал зависит от источников финансирования.

Таблица 2

Структура источников финансирования инвестиций в основной капитал в муниципальных образованиях Республики Коми, процентов

Муниципалитет	Собств. средства	Привл. средства	Собств. средства	Привл. средства	Собств. средства	Привл. средства
	2013		2014		2015	
Республика Коми	42	58	45	55	54	46
Городские округа						
Сыктывкар	50	50	49	51	58	42
Воркута	19	81	30	70	20	80
Инта	3	97	2	98	26	74
Усинск	95	5	91	9	83	17
Ухта	56	44	60	40	80	20
Муниципальные районы						
Муниципальный район Вуктыл	86	24	74	26	96	4
Муниципальный район Ижемский	87	23	69	31	63	37
Муниципальный район Княжпогостский	9	91	26	74	62	38
Муниципальный район Койгородский	29	71	33	67	43	67
Муниципальный район Корткеросский	45	55	21	79	27	73
Муниципальный район Печора	26	74	23	77	37	63
Муниципальный район Прилузский	47	53	51	49	25	75
Муниципальный район Сосногорск	42	58	28	72	28	72
Муниципальный район Сыктывдинский	65	35	74	26	57	43
Муниципальный район Сысольский	17	83	54	36	33	67
Муниципальный район Троицко-Печорский	56	44	67	33	40	60
Муниципальный район Удорский	8	92	59	41	38	62
Муниципальный район Усть-Вымский	23	77	30	70	38	62
Муниципальный район Усть-Куломский	38	62	11	89	41	59
Муниципальный район Усть-Цилемский	12	88	56	44	55	45

Из данных табл. 2 следует, что в анализируемом периоде в источниках финансирования превалируют привлеченные средства: кредиты банков, заемные средства других организаций, бюджетные средства, средства внебюджетных фондов, прочие.

Основным источником финансирования в большинстве муниципальных образований выступают бюджетные ассигнования.

Таблица 3

Инвестиции в основной капитал за счет бюджетных средств, в % к общему объему инвестиций в основной капитал

	Исследуемый период		
	2013	2014	2015
Республика Коми	4	4	5
Городские округа			
Сыктывкар	25	26	24
Воркута	1	1	0,4
Инта	0,5	1	1,2
Усинск	0,7	0,7	0,6
Ухта	4	3	3
Муниципальные районы			
Муниципальный район Вуктыл	11	19	3
Муниципальный район Ижемский	10	21	28
Муниципальный район Княжпогостский	12	23	37
Муниципальный район Койгородский	67	65	55
Муниципальный район Корткеросский	47	70	72
Муниципальный район Печора	3	2	5
Муниципальный район Прилузский	33	38	55
Муниципальный район Сосногосрк	3	1	1
Муниципальный район Сыктывдинский	26	15	36
Муниципальный район Сысольский	82	28	62
Муниципальный район Троицко-Печорский	15	6	6
Муниципальный район Удорский	87	36	56
Муниципальный район Усть-Вымский	5	9	48
Муниципальный район Усть-Куломский	52	59	45
Муниципальный район Усть-Цилемский	80	30	28

В муниципальных районах «Корткеросский», «Сысольский», «Удоский», «Прилузский», «Койгородский» более половины инвестиций в основной капитал финансируются за счет муниципального бюджета.

Следует отметить тенденцию снижения доли бюджетных средств в финансировании инвестиций в 2015 г. по сравнению с 2013 и 2014 гг. во многих муниципальных образованиях.

Каждое муниципальное образование работает в условиях жесткого ограничения финансовых средств, необходимых для обеспечения нормальной жиз-

недеятельности, поэтому для реализации всех обязательств нужно привлекать извне инвестиции.

Бюджетные средства должны выступать только в качестве катализатора для привлечения частных инвестиций (в случае смешанного финансирования).

В условиях недостаточной бюджетной обеспеченности местного самоуправления основным финансовым инструментом осуществления капитальных расходов для поддержания в надлежащем состоянии и при необходимости создания новых объектов капитального строительства местного значения могут являться целевые финансовые средства, выделяемые из вышестоящих бюджетов.

Учитывая ограниченность средств бюджетов всех уровней бюджетной системы и дальнейшее создание социально-экономических условий для развития бизнеса, в первую очередь инфраструктурных отраслей, в качестве инструмента привлечения инвестиций в муниципалитеты предлагаем задействовать модель государственно-частного партнерства. Применение механизмов государственно-частного партнерства возможно через совместную разработку инвестиционной политики, в целях реализации стратегического плана социально-экономического развития территории и муниципальных инвестиционных программ путем проведения инвестиционных торгов (конкурсы, аукционы), совместного финансирования инвестиционных проектов, а также создания совместных предприятий (инвестиционные или паевые фонды, агентства территориального развития и т. д.). Возможности органов местного самоуправления устанавливать партнерские взаимоотношения с бизнесом опираются на нормы действующего законодательства. Вместе с тем прочной нормативной основы для партнерства органов местного самоуправления с предпринимательскими структурами в настоящее время не создано.

Таким образом, для обеспечения устойчивости местного самоуправления целесообразно: 1) закрепить в законе «Об общих принципах организации местного самоуправления» за органами местного самоуправления полномочия по формированию инвестиционной политики и привлечению инвестиций на территорию муниципального образования; 2) использовать модель государственно-частного партнёрства в качестве инструмента привлечения инвестиций в экономику муниципальных образований, путем совершенствования законодательной базы для партнерства, включая формирование научных принципов, определение места государственно-частного партнерства в системе публичных и экономических институтов; установление типологии договоров и соглашений о государственно-частном партнерстве.

Список литературы

1. Об общих принципах организации местного самоуправления: Федеральный закон №131 от 6 октября 2003 г.[Электронный ресурс]: СПС КонсультантПлюс. Режим доступа: http://www.consultant.ru (дата обращения 13.01.2017).

2. *Дементьева О.А.* Правовые механизмы взаимодействия органов государственной власти и органов местного самоуправления с субъектами экономической деятельности в инвестиционной сфере при осуществлении капитальных вложений // Журнал российского права. 2015. №7 [Электронный ресурс]: СПС КонсультантПлюс. Режим доступа: http://www.consultant.ru (дата обращения 13.01.2017).

УДК 332.1

Окладникова Елена Алексеевна
Российский государственный
педагогический университет
им. А.И. Герцена

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВНЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АРХЕОЛОГИЧЕСКИХ И ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ ЛАНДШАФТОВ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. Человеку свойственно искать ориентиры не только во времени и природных территориях, но также определять свое место в рукотворных пространствах ─ археологических, исторических, этнокультурных, сакральных и современных социокультурных ландшафтах. Какую пользу в деле перспективного развития Ленинградской области могут принести ресурсы рукотворных (археологических, исторических, этнокультурных, сакральных), часто наделенных глубокими символическими смыслами ландшафтов? Ответ на этот вопрос стал предметом социологического исследования, проведенного на факультете социальных наук РГПУ им. А.И.Герцена под руководством Е.А. Окладниковой осенью 2015 года. Осмысление результатов этой работы публикуются в настоящей статье.

Ключевые слова: археологический ландшафт; этнокультурный ландшафт; развитие региона; социологические исследования.

Okladnikova Elena, A.
Herzen State Pedagogical University

MANAGEMENT OF PROMISING OPPORTUNITIES FOR THE USE OF ARCHAEOLOGICAL AND ETHNO-CULTURAL LANDSCAPES OF THE LENINGRAD REGION

Abstract. It is peculiar for a person to look for landmarks not only in time and natural territories, but also determine his place in man-made spaces - archeological, historical, ethnocultural, sacred and modern sociocultural landscapes. What benefits can the resources of man-made (archaeological, historical, ethnocultural, sacral), often endowed with profound symbolic meanings of landscapes, bring in the future development of the Leningrad Region? The answer to this question became the subject of a sociological study conducted at the Faculty of Social Sciences of the RSPU. AI Herzen under the leadership of Okladnikova Elena, A. in the autumn of 2015. The comprehension of the results of this work is published in this article

Keywords: archaeological landscape; ethno-cultural landscape; development of the region; sociological research.

Исторический ландшафт Ленинградской области

Ленинградская область в своей южной и западной частях настолько богата историко-культурными ресурсами, что сегодня об этой территории можно говорить как о сложившимся комплексе исторических, этнокультурных и сакральных ландшафтов. Сегодня эти ландшафты оцениваются как неисчерпаемый источник

© Окладникова Е.А., 2017.

памятников культурного наследия края. Например, обзору исторических достопримечательностей Северо-запада России, а именно Ленинградской, Новгородской, Псковской, Вологодской, Архангельской, Мурманской областей, в контексте сохранения и пропаганды культурного наследия региона посвящена монография Т.Н. Чистяковой «Серебряное кольцо России» (2015) [15].

Исторические ландшафты Ленинградской области удивляют своей древностью и разнообразием. Многолетние археологические исследования этих территорий, в которых принимали участие археологи: Л.К. Ивановский (1870-1890), академик А.А. Спицин [13], В.Н. Глазов (1903), А.М. Талльгрен (1910), Г.С. Лебедев (1970-е) [7], художник и путешественник Н.Н. Рерих (1895-1898) [11. С. 45-57], а также наши современники-археологи В.И. Равдоникас, А.И.Сакса, А.Н.Кирпичников, В.А.Лапшин дали свои плоды.

На сегодняшний день древняя история Ленинградской области представлена памятниками мезолита кундской культуры (Лиственка, Бокситогорский р-н Ленобласти, дата: 8-5 тыс. лет назад; Антреа-Корпилахти возле города Каменогорск), ямочно-гребенчатой и нарвской культур эпохи неолита (стоянки на побережье Ладога: дата 3 тыс. лет назад; в Лахте под Санкт-Петербургом; на оз. Каннельярви, у пос. Победа, Выборгский р-н; стоянки Нарва-Рийгикюля на р. Ломмии, притоке р. Луга [5. С. 10] и др.); памятниками культуры сетчатой керамики эпохи бронзы; культуры финно-угорских племен раннего железного века (стоянки I тыс. н.э. на р. Ладога, Большое Куземкино [1. С. 28-52]); памятниками эпохи средневековья (одним из древнейших город Руси ― Старая Ладога, дата: 862 г., Любшанская каенно-земляная крепость: 8 в.). Славянские племена появились на территории Ленинградской области в 6 в. они расселились по берегам рек Волхова и Луги. Именно Старая Ладога становится местом встречи славянских и варяжских племен. Спустя столетия, вероятно, симбиоз вепсского, славянского и варяжского населения к 14 в. привел к формированию в этих местах русского населения. Территории между чудским и ладожским озерами в период с 6 по 14 вв. в средневековых скандинавских источниках известны как Градарики. Старая Ладога была местом оживленных контактов, т.к. находилась на Волжском торговом пути. К 12 веку земли Ленинградской области становятся экономической и культурной периферией Новгорода. Новгородцы включают Ленинградской области в зону своих экономических и политических интересов под названием Водской пятины. Земли по побережью Финского залива, по долинам рр. Луга, Нева, Волхов, а также берега Ладожского озера вошли в состав Новгородской республики. В 12 в. эти земли становятся пространством соперничества новгородцев, ливонского ордена и шведов. Новгородцы возводят крепости Копорье (1241) на месте разрушенной немецкой крепости, Орешек (1323), Ям (1384), Корелу, Тиверский городок, а шведы строят Выборг (1293) и крепость Ландскрону (1300), которая была взята и разрушена русскими войсками в 1301 году, Кивенаппу (1453).

После утраты независимости Новгородом и завоевания его Московским княжеством в 1478 г., его земли, а также конкретные населенные пункты и города, были описаны московскими писцами, которые совершали специальные экспедиции. В 1582 г. территория Водской пятины, сначала временно, а затем, в 1617 г.

уже надолго, попадает под власть шведов. В 17 в. по условиям Столбовского договора, на территорию Ингерманладнии шведы переселяют ныне исчезнувший коренной народ западной части Карельского перешейка – эвремейсов (возможно, что название происходит от эвремейского бога земледелия – Эряса [10]) и савакотов из восточной области Великого герцогства Финляндского Саво.

Савокоты принесли с собой на современную территорию Ленинградской области лютеранскую веру. В начале XVII в. Ингерманландия была снова присоединена к России, а центром современной Ленинградской области становится Санкт-Петербург. На территории области сегодня сохранились 10 городов, которые имеют статус исторических городов: Выборг, Гатчина, Ивангород, Лодейное Поле, Луга, Кингисепп, Новая Ладога, Приозерск, Тихвин, Шлиссельбург. Историческим центром региона является город, который заслуженно получил статус культурной столицы России.

Что касается этнокультурных ландшафтов, то в эпоху мезолита в IX-V тыс. до н.э. жили племена рыболовов и охотников. Язык, на котором они разговаривали, бесследно исчез, а сами эти люди не были предками ни финнов, ни саамов [3]. Некоторые археологические артефакты позволяют сделать предположение, что в эпоху неолита на южном побережье Ладоги жили предки саамов. Этот факт удалось установить по находкам артефактов и топонимике края. В раннем железном веке на территории Ленинградской области появились финно-угорские племена, потомками которых стали автохтонные народы ленинградской области – водь (чудь, давшая название Чудскому озеру) и вепсы.

Водь – это малочисленный финно-угорский народ, который расселялся на территории Ленинградской области, начиная с конца I тыс. н.э., а точнее, в 1-4 вв. н.э. с территории Эстонии [5]. В настоящее время основной территорией расселения води является междуречье рек Нарвы и Луги.

Вепсы, которые в этнографической литературе до 1917 г. назывались чудь – это ныне малочисленный финно-угорский народ, традиционно заселявший Южную Карелию, и примыкавшие к ней части Вологодской и Ленинградской областей. Этногенез вепсов связан с формированием народов прибалтийско-финского круга. Древние вепсы сыграли важную роль в истории Древнерусского государства, создав вместе со словенами и кривичами военно-политический союз, а также принимая участие в торговле по великому Волжскому торговому пути (от Онеги до Ладоги). Вепсы постепенно мигрировали на северо-восток, образуя народ чуди заволочской, который впервые был упомянут в Повести Временных лет [12].

В 15 в. они проживали в границах Обонежской пятины Земли Новгородской [15]. Позднее северные вепсы оказались приписанными к Олонецким (Петровским заводам), а оятские вепсы – к Лодейнопольской верфи.

Древний народ ижора в конце I – начале II тыс. н.э., вероятно представляла одну из ветвей корел – древнего финско-прибалтийского племени, часть которого заселила земли бассейнов рек Невы и Ижоры, восточные районы Ижорской возвышенности, получившие название Ижорская земля. Первые упоминания об ижоре появились в русских летописях в 13 в., а в западноевропейских источниках, в первую очередь скандинавских, источниках они упоминались как inkeri (ingeri),

откуда произошли названия Ингрия и Ингерманландия. Войдя в состав одной из пятин Великого Новгорода в 13 веке, ижоры приняли православие. Тем не менее, в их культура долгое время сохранялись пережитки язычества, с которыми ещё в 16 в. (1534 г.) боролся новгородский митрополит Макарий [16. С.159-161], а в конце 17 в. – лютеранская миссия И. Гизелиуса. В 18 в. местами обитания ижор были северные районы Ижорского плато. В 1710 г. Петр I включил эти земли в новообразованную Санкт-Петербургскую губернию.

Такова на сегодняшний день краткая история Ленинградской области, которая сформировала его этнокультурный, исторический и археологический ландшафты. Оглядывая мысленным взором эту историю, невольно задаешься вопросом о том, какую пользу для экономического, социального и духовного развития этой территории приносят и, главное, смогут в дальнейшем приносить этнокультурные и археологические ресурсы его ландшафтов. Ключевыми точками, например, археологических ландшафтов Ленинградской области могут быть отнесены массовые скопления культовых камней. Яркий пример крупнейшего в европейкой части России скопления камней с чашечными углублениями, которое и сегодня является местом почитания, находится в пос. Ольховка, Приозерского района.

Ольховка: перспективы и проблемы использования базовых элементов археологического ландшафта Приневского края

Историко-культурное значение уникального археологического комплекса у пос. Ольховка (Приозерский р-н), который с легкой руки выдающегося российского археолога А.И. Саксы получил название «археологическая Мекка Северо-Запада России», трудно переоценить. Ольховка – это один из уникальных археологических памятников, который сосредоточил в себе 17 мегалитов (камней с чашечными углублениями), выявленных к весне 2016 года. Археологический комплекс Ольховки располагается на высокой террасе на берегу Суходольского озера.

Его археологическое исследование началось в начале прошлого века. На этом памятнике работали известные финские археологи Т. Швиндт и А. Европеус. Финский археолог и этнограф Т. Швиндт писал о большом жертвенном камне в Сороле на мысу, на берегу пролива напротив слободы Лахденпохья. Заметки Т. Швиндта (1904) об исследовании чашечных камней Северо-Запада России сохранились упоминания не только о «чашечниках» Ольховки, но и о жертвенных камнях Ховинсаари [12, 18]. У д. Кротово на полуострове Ховинсаари было известно 4 чашечных камня [6. С. 164-165], а в работе финского археолога П. Уийно упомянуты 5 камней [19. С. 305-309]. Все камни располагались вблизи могильника Тонтинмяки. Изучением комплекса «чашечников» Ховинсари занимался А.И. Сакса. Согласно его выводам, этот сакральный комплекс действовал в средние века. Рядом с культовыми камнями были обнаружены следы жертвенных костров и фрагменты средневековых керамических сосудов 16 в. [12]. Согласно археологическим данным [12], археологический комплекс Ольховки включает: 1) камень-«чашечник» с геометрическим наскальным рисунком [8, 19]; 2) каменные кучи, часть которых использовалась в

ритуалах древним населением этих мест; 3) стоянки эпохи железного века; 3) средневековые курганы; 4) грунтовый могильник; 5) очаговую выкладку с фрагментами средневековой керамики, обнаруженную В.Г. Мизиным на одном из «чашечников».

Скопление в одном месте 17-ти камней с чашечными углублениями свидетельствует о том, что это место в древности (второй пол. I тыс.– первой пол. II тыс. н. э.). Скопление из 17 камней составляет 40% от всех упоминаемых чашечных камней в Ленинградской области (17 из 45-ти). Среди камней Ольховки находится самый крупный «чашечник», на поверхности которого располагаются 42 чашечных углубления.

До сих пор функция «чашечников» остаётся предметом научной дискуссии. Некоторые учёные считают, что «чашечники» использовались как древние сепараторы (для разделения сливок и обрата) (И.Ф.Никитинский, интервью, Вологда 2016 // Архив автора, 2016.), а другие рассматривали их как центры жертвоприношений. Например, около каждого селения корел был большой камень. На нём местные жители оставляли многочисленные жертвенные дары. Скопление чашечных камней в Ольховке может рассматриваться как важный маркёр древнего финно-угорского сакрального ландшафта.

Относительно происхождения следов угля на поверхности одного из камней с чашечными углублениями Ольховки есть два предположения (В.Г.Мизин, письмо автору статьи, СПб, 2016//Архив автора, 2016.). Согласно одному из предположений, следы угля – это следы попыток новгородских миссионеров расколоть камни прокаливанием в один из периодов борьбы с язычеством. Согласно другому предположению, расположение угля на вершине камня №6 (Ольховка, Приозерский р-н) позволяет допустить, что на нем когда-то жгли жертвенные костры, а рядом с камнями совершали поминальные или праздничные ритуалы[12]. Отметим, что разведение костров на некоторых валунах и сейчас практикуется местными жителями на летнее солнцестояние в некоторых местах Волосовского и Кингисеппского районов Ленинградской области, и имеет давнюю традицию у финно-угорских народов Северо-Запада России.

Археологическая и этнографическая информация указывает на то, что Ольховку можно считать очень перспективным археологическим, историческим и культурным ландшафтным заповедником. В силу хорошей изученности (археологические раскопки, исторические изыскания историков-краеведов) компактности расположения, вписанности в природный ландшафт, значимости скопления мегалитов-«чашечников», Ольховский археологический комплекс сегодня легко может стать объектом туриндустрии Ленинградской области .

Примерами успешного использования памятников древней мегалитической архитектуры, вписанных в более обширный исторический, а также природный контекст как маркёр историко-культурного и сакрального ландшафта Северо-запада России можно считать мегалитические комплексы в Литве и Эстонии. В этих странах Прибалтики подобные объекты широко известны как памятники автохтонной древней культуры местного населения. Они тщательно сохраняются, как местным населением, так и государством не как абстрактные

«археологические объекты», а как действующие исторические заповедники, весьма привлекательные для туристов.

Несмотря на реальные возможности превращения этой заповедной и исключительно ценной в историческом отношении территории в уникальный туристический и историко-культурный ресурс, сегодня над археологическим комплексом Ольховки нависла угроза уничтожения: его территория планируется под застройку дачными кооперативами [4]. Аналогичному уничтожению были подвергнуты комплексы «чашечников» у д. Кротово, в окрестностях Ховинсаари. На настоящий момент данный комплекс археологических памятников полностью застроен коттеджами, судьба культовых мегалитов неизвестна. При этом очевидно, что попытка сохранить мегалиты в изначальном ландшафтном окружении даже не предпринималась. Объект был застроен при полном замалчивании проблемы сохранения культурного наследия. К сожалению, местные власти Приозёрского района полностью игнорируют, как проблему сохранения этого уникального археологического комплекса, так и возможности его использования в качестве перспективного ресурса не только туриндустрии, но и предмета, способного углубить историческую память современного населения Ленинградской области. Если бы в защиту Ольховки не подняло голос общественное движение, территория памятника, была бы застроена ещё в 2012 г. кооперативом «Лосось и окунь»(2102). Продажу участков на месте археологического комплекса в 2016 г. продолжил ДНТ «Сосны» (2016). Именно общественное движение в защиту археологического комплекса Ольховки позволило обратить внимание на эту проблему и позволило, на время приостановить варварское уничтожение комплекса, происходящее при молчаливом согласии главы МО Петровское В.А.Блюма.

Итак, очень перспективной, но пока неоцененной органами местного самоуправления возможностью использования археологического комплекса около пос.Ольховка в целях экономического и культурного развития Ленинградской области может стать его становление как археологического заказника, включенного в природный ландшафт. Сами археологические артефакты ольховского комплекса: скопление камней-«чашечников», древнее селище, грунтовые могильники, средневековые захоронения могут стать центром заповедной историко-культурной зоны, привлекательной для туристов также возможностью отдыха на природе на берегах Суходольском озере. Уже сегодня в непосредственной близости от Ольховки расположен ряд уже известных туристических объектов, например Лосевские пороги и порог Падунец, также привлекательным фактором может являться возможность отдыха на природе, водные виды спорта и рыбалка в Суходольскокм озере.

Ресурсные возможности этнокультурного ландшафта Ленинградской области

Воссозданию картины этнокультурной истории Ленинградской области посвятили свои труды известные историки и этнографы: В.В. Седов, Е.А. Рябинин, С.И. Кочуркина, О.И. Конькова, Х.А. Моора и др. Согласно демографическим данным, а именно, результатам переписи населения 2010 сегодня в Ле-

нинградской области проживают 4.366 финнов. 1.380 вепсов, 1.345 карел, 169 ижор и 33 вожанина. Их далекие предки были автохтонным населением Ленинградской области. Для поддержки этнокультурного развития малочисленных автохтонных народов Ленинградской области региональные власти разработали государственную программу «Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области». В 2013 г. при региональной Общественной палате была создана комиссия по межнациональным и межконфессиональным отношениям, а затем, в октябре 2013 года – совет при губернаторе Ленинградской области по межнациональным отношениям, куда входят представители региональной муниципальной власти, общественных объединений и научных организаций, в том числе представители коренных малочисленных народов финно-угорской группы. Основными направлениями работы по поддержке и развитию коренных малочисленных народов Ленинградской области стали следующие: 1) создание этнокультурных организаций «Вепсария», «Общества водской культуры»; 2) проведение обучающих семинаров, фестивалей (например, фестиваль «Россия – созвучие культур», конкурсов, национальных общенародных конкурсов; 3) поддержка вепсских праздников «Вонозерская земля», «Сырный день», «Древо жизни»; 4) работа детских ансамблей «Веселый ручеек», «Армас», детского национального театра кукол «Пейвейне», фольклорного театра «Кагракару» («Овсяный медведь»); 5) создаются крупные центры по поддержанию народной культуры (этноцентра «Сойкинская святыня» и православного храма на Сойкинском полуострове); 6) планируется создание этнодеревень. Сегодня, в условиях глобализации, этнокультура востребована не только как музейный экспонат или объект туриндустрии, но и как живая культурная традиция, предмет исторической памяти для современного населения этого региона.

Глубину исторической памяти наших современников – жителей Ленинградской области, их заинтересованность в развитии этнокультурных традиций древнего автохтонного населения этих мест, мы изучали в ходе пилотажного социологического исследования осенью 2015 года.

Цель исследования ─ изучение влияния глобализации на социокультурный ландшафт Ленинградской области и её исторического, экономического и культурного центра – Санкт-Петербурга. Задачей исследования стало выяснение того, что наши респонденты – горожане и сельские жители понимают под словосочетанием «культура моего населенного пункта», «наша культура». В эти понятия, как мы полагали, приступая к исследованию, естественным образом входят знания об археологических памятниках (почитаемых камнях, «заветных местах», древних местах погребений води, вепсов, чуди; древних стоянках автохтонного населения Ленинградской области – рыболовов и охотников, исчезнувших поселениях «городищах», «городках»).

Мы включили в наш исследовательский гайд вопрос о том, знают ли наши респонденты фольклор автохтонного населения Ленинградской области (праздники, обычаи, обрядность); принимают ли они участи в этнофестивалях, гуляниях; участвуют ли они в работе этнокультурных организаций; часто ли они посещают спектакли этнотеатров; поддерживают работу общественных движений, которые выступают в защиту сохранения археологических и истори-

ческих объектов Ленинградской области. Нам было важно выявить и сформулировать символические смыслы социокультурных практик наших респондентов. Содержание этих символических смыслов формировалось и поддерживалось объемом и глубиной их исторической памяти.

В исследовании, которое проводилось автором методом глубинного интервью, приняли участие 179 респондентов: 116 – жители Санкт-Петербурга, а 63 – жители Ленинградской области (Луга, Всеволожск, Гатчина, Сиверская, пос. Сельцо, пос. Можайское, дер. Монастырьки, дер. Котлы и др.). Выборка респондентов формировалась методами «снежного кома» и «доступных случаев"». Все опрошенные были нами разделены на три возрастные группы: 1) от 16 до 29; 2) от 30 до 55; 3) старше 55 лет. При обработке результатов опроса, который мы осуществляли методом нарративного интервью, 100% респондентов – это не все, кто был опрошен по гайду, а только те респонденты, которые дали внятный ответ на наиболее важный для нашего исследования вопрос: «*Что вы понимаете под словосочетанием «культура вашего населенного пункта»?*»

Результаты исследования. В нашем исследовании мы исходили из утверждения, что социокультурные практики современного урбанизированного и сельского сообществ Ленинградской области порождаются системами обобщенных символических смыслов. Эти смыслы раскрывали суть идей и эмоций, которые наши респонденты, как представители современного населения ленинградской области вкладывали в такие метафорические по сути понятия, как «образ моего города», «образ моего села», «образ моей этнокультурной группы», «образ моего поколения». Задумываясь над ответами на вопросы гайда, респонденты давали нам развернутые ответы, суть которых раскрывала глубину их исторической памяти, степень их приобщенности к культуре древнего автохтонного населения Ленинградской области, уважение и знание этнокультурных традиций местного финно-угорского, славянского и старого русского населения.

Анализируя содержание их ответов, мы поняли, что, с одной стороны, эти понятия испытали воздействие глобализации. При этом, в ответах горожан это влияние чувствуется сильнее, чем в ответах представителей сельского населения. С другой стороны, метафорические понятия «наша культура», «культура моего населенного пункта» являются уже сформированными результатами воздействия этнокультурных традиций региона на сознание наших респондентов. Анализ словесных моделей и вкладываемых респондентами в них смыслов, позволил нам:

1) Определить особенности археологического, исторического, культурного ландшафта («места»: города села, посёлка), включая этнокультурные, которые в сознании наших респондентов превращают его в «свой», «родной», «исторически значимый». Историческое и культурное пространство «места» формируется самими жителями. Процесс формирования ландшафта обжитой территории стимулируется потребностью людей в самоидентификции на нескольких уровнях: территориальной, групповой, этнокультурой и т.п. Каждый горожанин нуждается в референтной группе – городском сообществе, каждый сельский житель нуждается в принадлежности к сообществу сельских жителей. Сообщества такого рода формируются на основе конкретных символических

культурных практик, которые в свою очередь определяются глубиной исторической памяти, знанием и уважением жителей к традициям и этнической культуре автохтонного населения этих мест.

2) Содержание понятия «культура моего населенного пункта» раскрывалось респондентами через следующие смыслы: 1) образ жизни знакомых мне людей, практики их повседневного поведения; 2) мероприятия развлекательного характера, которые мы любим: праздники, фестивали, народные гуляния; 3) памятники архитектуры, хитросплетения и особенности нашей истории, уникальность наших местных традиций, включая этнокультурные; 4) благоустроенность, уют моего дома/квартала/района, общественный и экологический порядок.

3) Горожане и сельские жители по-разному оценивали для себя значимость наиболее важных элементов социокультурного ландшафта Ленинградской области, которые формировали его символические смыслы, а именно: «культурных артефактов», информационно-коммуникативных процессов», культурно-семиотических феноменов.

Большинство горожан, принявших участие в нашем исследовании, утверждали, что «нашей культурой», «культурой моего города» является такие элементы социокультурного ландшафта города как:

а) «***культурные артефакты***»: архитектурные и исторические памятники, театры, музеи, парки, городские обычаи, городские традиции (35,2%);

б) «***информационно-коммуникативные процессы***»: самое главное, что, собственно, делает городское пространство городом – это люди, его жители, а именно: уровень образования людей, манеры их поведения (вежливость, уважение к истории и архитектурному наследию города), организация городскими властями мероприятий по поддержанию и развитию культуры городского населения (развитие музейного дела, театров, библиотек) (28, 8%). Развёрнуто и подробно они описывали в беседах с нами ситуации, которые характеризовали городской стиль жизни (6 %);

в) «***культурно-семиотические феномены***»: знание горожанами истории родного города (5,8%), а также общий уровень культурного развития людей (18,1%).

6,1 % респондентов – горожан затруднились с ответами на поставленный вопрос.

Работая среди сельских жителей Ленинградской области, мы получили информацию, которая иначе, чем для респондентов горожан, характеризовала привычный для них социокультурный ландшафт:

а) «***культурные артефакты***»: памятники истории (17,2%);

б) «***информационно-коммуникативные процессы***»: мероприятия развлекательного характера (праздники, фестивали, выступления фольклорных коллективов) (50,1%); повседневные практики долгосрочного типа, т.е. образ жизни людей, сложившийся под воздействием традиции сельской жизни советского времени. Этот образ жизни, как полагали наши респонденты, сегодня претерпевает серьёзные изменения под влиянием одного из следствий глобализации – высокой мобильности населения, дачного строительства, перемещения

молодого населения в города, вымирания старшего поколения селян, развала сельской экономики и т.п. (16,2%).

в) «***культурно-семиотические феномены***»: символические смыслы поведенческих практик, которые поддерживают порядок и уют в семейном быту; организуют правила поведения в общественных местах, на улице, а также препятствуют загрязнению ойкумены (12 %).

4,5 % сельских жителей затруднились ответить на поставленный вопрос.

4) Анализ смыслов, которыми наши респонденты наделяли знакомые им этнокультурные и социкультурные ландшафты, позволил нам создать исследовательскую модель социокультурного пространства Ленинградской области. Основными компонентами этой модели стали: 1) упоминаемые респондентами события культурно-исторической жизни современного города/поселка, практики охраны исторических памятников, их изучения и передачи исторических знаний молодому поколению; 2) экологические практики горожан и жителей области, их привычки в области использования и охраны окружающей среды; 3) пространство деятельности власти (практики муниципалитетов), знание респондентами культурных и социальных проектов, которые инициируют и реализуют муниципальные власти, ответственные за социальное, культурное и экономическое развитие города/села; 4) практики в области совершенствования материальной инфраструктуры социального ландшафта, практики благоустройства территорий общего пользования и личных домохозяйств, практики развития производственных и рекреационных ресурсов, практики вложения в развитие человеческого капитала и т.п.; 5) практики властей и жителей в усовершенствовании образовательной деятельности, воспитания интереса с истории родного края.

Глобализация оказала негативное трансформирующее влияние на социокультурный ландшафт Приневского края. Так, по данным первой Всеобщей переписи населения Российской империи 1897 году, в городских Приневского края поселениях проживало лишь 15% населения России (в современных границах). К концу 1930-х гг. по всей России в городских поселениях проживала уже треть россиян, к концу 1950-х – только половина. В советский период рост городов осуществлялся за счет притока сельского населения в связи с перераспределением трудовых ресурсов между промышленностью и сельским хозяйством. По прогнозам Росстата, сельское население России будет устойчиво сокращаться, а городское расти. Таким образом, к 2020-му году доля городского населения составит 75% всей страны [9]. Сейчас нам сложно представить свою жизнь без благ, которые принесла в урбанизированную жизнь глобализация: утренний душ, кофе, сваренный в кофе-машине, Интернет, ланч в Макдональдсе – все это уже стало рутинным. Современная российская культура совершенствуется в направлении построения общества рационального типа в условиях глобализации. При этом во многих аспектах своего существования эта культура сохраняет отголоски “общинного идеала” и традиционной модели [14,с.41]. Оказалось, что глобализация сегодня ─ это не только небезопасный для духовного, историко-культурного и этнокультурного развития населения Ленинградской области процесс, но и новое проблемное поле социокультурных исследований.

Наше пилотажное социологическое исследование выявило, тот факт, что для городского населения символические смыслы повседневных социокультурных практик отличаются большей стандартизацией, рациональностью, ориентацией на влияние глобализации (макдонализацию, виртуализацию образов, избыточное потребление, рекламу). В поведенческих повседневных практиках горожане более индивидуалистичны, чем сельские жители. Символические смыслы повседневных социокультурных практик сельского населения носят более рутинный характер. На селе люди стараются сохранять более тесную связь с естественным географическим и древним историческим ландшафтом, чем горожане.

Таким образом, с одной стороны, наше исследование показало, что понятия «культура моего населенного пункта», «наша культура» для подавляющего большинства наших респондентов не включала такой феномен, как археологические памятники и древние исторические объекты: священные рощи, источники, деревья или культовые мегалиты (крупные валуны), т.е. маркёры древних сакральных ландшафтов, созданных автохтонным финно-угорским населением Ленинградской области (водью, ижорой, вепсами, чудью). С другой стороны, многие древние культовые мегалиты, священные деревья и источники в Ленинградской области (капище у дер. Ильеши, св. источник у д.Каложицы, культовый камень у д. Сельцо, Волосовский р-н; скопление культовых камней у пос. Ольховка, Приозерский р-н, берег оз. Суходольское), являются местами паломничества не только людей религиозных (православных, неоязычников), эзотериков, но и реконструкторов. Люди обращаются к камням с просьбами о здоровье, оставляют на камнях подношения (хлеб, монеты, свечи), священные деревья украшают жертвенными лентами, а реконструкторы устраивают костюмированные обряды-встречи около камней (например, в Ольховке в период с 2004 по 2010 гг.). Осмысление результатов нашего пилотажного социологического исследования убедило нас во мнении, что археологический комплекс уникальных археологических памятников Ольховки, учитывая его расположения на живописной береговой террасе Суходольского озера, вполне может стать первым археологическим парком в Ленинградской области и привлекательной туристической достопримечательностью.

Хотя комиссия по межнациональным и межконфессиональным отношениям, совет при губернаторе Ленинградской области по межнациональным отношениям, куда входят представители региональной муниципальной власти, общественных объединений и научных организаций, считается действующей, усилия муниципальных властей в области использования этнокультурных и археологических ресурсов Ленинградской области на практике пока недостаточны. Археологические памятники Ленинградской области не только не рассматриваются областным правительством и руководством муниципальных объединений как базы для создания заповедных зон и перспективные центры туриндустрии, но подвергаются разрушению, как, например, памятники у д. Кротово, современная ситуация с уникальным археологическим комплексом Ольховки. Негативные последствия экономического развития края проявились в зоне строительства порта Усть-Луга. Оказались разрушенными не только природные

ландшафты побережья Финского залива, нарушен традиционный образ жизни вожан и ижор в деревнях Косколово и Краколье, исчезли традиционные рыбные промыслы населения Сойкинского полуострова. Создание этнодеревень, разумеется, является коммерчески ориентированным проектом, вписанным в государственную программу «Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области». Но в какой мере проект создания этнодеревень сможет противостоять процессу нивелирования местной специфики традиционных культур под натиском глобализации, остаётся пока без ответа.

Не вдохновляет и то, что, как показали результаты нашего исследования, древние памятники автохтонного населения Ленинградской области не являются источником исторической памяти для подавляющей части её современного населения. В результате эта память имеет усеченный, а часто и отрицающей ценность древней культуры Ленинградской области характер.

Список литературы

1. *Герасимов Д.В., Крийска А., Лисицын С.Н.* Освоение побережья Финского залива Балтийского моря в каменном веке // Материалы III Северного археологического конгресса. Екатеринбург; Ханты-Мансийск, 2010. С. 28–52.
2. *Герасимов Д.В., Крийска А., Холкина М.А*. Археологические исследования 2012 г. на Кудрукюльской палеокосе в Нарвско-Лужском междуречье // Радловский сборник. Научные исследования и музейные проекты МАЭ РАН в 2012 г. СПб., 2013. С. 21–27.
3. Загадки саамов // http://finugor.ru/node/677.
4. Информация «ДНТ Сосны» на сайте http://balthall.ru/, схема участков приведена на странице http://balthall.ru/price
5. *Конькова О. И.* Очерки истории культуры. СПб.: МАЭ РАН, 2009. С. 10.
6. *Лапшин В.А*. Археологическая карта Ленинградской области. Т. 2. СПб., 1995. С. 164-165.
7. *Лебедев Г.С.* Археологические памятники Ленинградской области. Л., 1977.
8. *Мизин В.Г.,* письмо автору статьи, СПб, 2016 // Архив автора, 2016.
9. *Никитинский И.Ф.,* интервью, Вологда, 2016 // Архив автора, 2016.
10. Об этом божестве упоминал финский просветитель Агрикола. См.: Suomen sanojen alkuperä. Helsinki, 1992.
11. *Рерих Н.К.* К древностям валдайским и водским // Изв. Археологической комиссии. СПб., 1901. Вып. I. С. 45-57.
12. *Рябинин Е.А.* Финно-угорские племена в составе Древней Руси. СПб: СПбГУ, 1997260с.
13. *Сакса А.И.* Древняя Карелия в конце I — начале II тысячелетия н. э. Происхождение, история и культура населения летописной Карельской земли. СПб. :Нестор-История, 2010. 400 с.
14. *Спицын А.Л.* Курганы Санкт-Петербургской губернии в раскопках Л.К. Ивановского. СПб., 1896 (Материалы по археологии России. №20).
15. *Чистякова Т.Н.* Серебряное кольцо России. СПб.: Сохраненная культура, 2015. 345 с.
16. *Черныш Н.* Основные понятия и положения социокультурного подхода и специфика их применения в социологии / *Н. Черныш, О. Ровенчак* // Социология: теория, методы, маркетинг. 2006. № 1. С. 41.
17. *Шаскольский И.П.* Проблемы этногенеза прибалтийско-финских племен Юго-Восточной Прибалтики в свете данных современной науки // Финно-угры и славяне. Л., 1979.
18. *Шлыгина Н.В.* Ижорцы // Народы России: энциклопедия / Гл. ред. *В.А. Тишков*. М.: Большая Российская энциклопедия, 1994. С. 159-161.
19. *Щербакова Е.* Рост городского населения мира будет все больше замедляться… // Демоскоп Weekly. 2010. №429-430. С. 25-28 [Электронный ресурс] – URL: http://demoscope.ru/weekly/2010/0429/barom03.php (Дата обращения 29.03.2016).

20. Pirjo Uino Ancient Karelia. Archaeological studies. (Suomen Muinaismuistoyhdistyksen Aikakauskirja 104. Gummerus Kirjapaino Oy. Helsinki Jyväskylä 1997. C. 305-309.
21. *Tvauri A.* Cup-marked stones in Estonia // Folklore. Vol. 11. October 1999 // http://www.folklore.ee/folklore/vol11/pdf/stones.pdf.

УДК 101, 330

Путинцева Наталья Александровна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

НРАВСТВЕННЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация: Система кризисов западной цивилизации и их еще большее усугубление в результате реализации антикризисных мер заставляют задуматься об их глубинной природе. В статье приводятся источники, подтверждающие духовно-нравственные причины кризисов западного общества.

Ключевые слова: духовно-нравственный кризис, норма эксплуатации наемного работника, расслоение общества.

Putintseva Natalia, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

MORAL BASES OF MANAGEMENT

Abstract. The system of crises of Western civilization and their further aggravation, as a result, of the implementation of anti-crisis measures make one think about their deep nature. The article cites sources that confirm the spiritual and moral causes of the crises of Western society.

Keywords: Spiritual and moral crisis, the norm of exploitation of a wage worker, the stratification of society.

В последнее время все чаще и настойчивее говорится о глубоком кризисе западной цивилизации. При этом духовно-нравственная основа кризиса, связанная с ценностными аспектами жизни общества, как правило, не выделяется, хотя корень проблем и причины системы кризисов находятся именно в изменении ценностного портрета современного общества. Однако в сознании большинства людей, особенно представителей западного общества, доминирует представление о том, что в основе современного кризиса лежит кризис экономической сферы.

Система кризисов западной цивилизации, тиражируемых ею по всему миру, сегодня выглядит так: духовный и культурный кризис; кризис человека; нусогенный кризис; демографический кризис; кризис современных систем управления; глобальный правительственный кризис; кризис доверия; кризис существующей экономической системы; кризис перепроизводства и перепо-

© Путинцева Н.А., 2017.

требления; кризис тотальной нехватки рабочих мест; экологический кризис; ресурсный кризис. Кризисом охвачены все подсистемы общества, сам человек в нынешнем мире, кажется, окончательно теряет понимание смысла своей жизни, своего предназначения в этом мире и поэтому он разрушает как себя, так и окружающий мир.

Кризис «чувственной культуры» или западной цивилизации наблюдался еще в начале XX века, так, еще за несколько лет до Второй мировой войны Питирим Сорокин писал: «Все важнейшие аспекты жизни, уклада и культуры западного общества переживают серьезный кризис…. Больны плоть и дух западной культуры, и едва ли на ее теле найдется хотя бы одно здоровое место или нормально функционирующая нервная ткань…»[3. С. 427]. Чуть позже Питирим Сорокин предупреждал, что отказ от христианской морали и законности, торжество главного нравственного принципа «допустимо все, что выгодно» ведут к деградации и самого человека.

Именно период становления современной западной цивилизации (с 16 в.) является периодом становления небывалой эксплуатации человека человеком. И хотя последние остатки рабства были официально отменены в 1888 г. в Бразилии, рабство никуда не исчезло. Либо оно ушло в подполье, либо оно приобрело такие формы, которые позволяют ему уживаться с современным законодательством.

Именно буржуазное право узаконило порядок, согласно которому «продукт производства принадлежит не тем, кто его производит, а тем, кому принадлежат материальные средства производства». Сложившиеся «правила игры» приводят к тому, что люди, жаждущие богатства, не стремятся напрямую приобретать рабов, они приобретают «средства производства», которые дают им легальное основание эксплуатировать наемных работников и присваивать произведенное ими богатство. Причем «замаскированное рабовладение» оказывается достаточным для того, чтобы представлять капитализм, как «цивилизованное общество». С наступлением промышленной революции К. Маркс, П. Прудон, современный политолог Н. Хомский и другие мыслители сравнивали наёмный труд с рабством, критикуя частную собственность на средства производства как главный источник несправедливого перераспределения добавочной стоимости и эксплуатации.

С некоторой долей условности показателем нормы эксплуатации можно считать долю заработной платы в ВВП: доля заработной платы в ВВП в 90-е гг. в ЕС составляла примерно 70%, в США – 72%, Японии – 75%. Следовательно, 20-25% ВВП экономически развитых стран приходилось на прибыли капиталистов. По данным МОТ, почти в ¾ стран мира с 1995 г. наблюдалась тенденция к снижению доли заработной платы в ВВП, характеризуя таким образом усиление эксплуатации наемного работника. Одним из факторов такого снижения является рост безработицы, манипулирование которым позволяет работодателям снижать как реальный, так номинальный уровень оплаты труда. В России в 2007 г. показатель нормы эксплуатации наемного труда, за вычетом социальных налогов, составлял 22% ВВП [2], в 2014 г. – 39% ВВП [1].В то же время рост зарплатоемкости ВВП в России сочетается с постоянным возрастанием нагрузки на зарплату, процессом коммерциализации социальной сферы (ЖКХ,

здравоохранение, образование), т.е. увеличением доли социальных благ, предоставляемых на коммерческой основе. Кроме того, за средними показателями скрывается растущая дифференциация заработной платы высокооплачиваемых и низкооплачиваемых категорий работников, которая в 2014 г. в целом по России составила в среднем 14,5 раза [4. С. 115].

Каковы же источники духовного кризиса современного западного общества? Источником духовного кризиса и всех вытекающих из него кризисов стали глубинные трансформации духовно-нравственных норм эпохи Нового Времени. По большому счету, глобальный мировой кризис начался именно тогда, когда произошёл кардинальный отход экономики от философии в ее предметном понимании. Изначально «экономика» являлась разделом именно моральной (нравственной) философии европейского Нового Времени! Это сегодня экономика и философия разведены в нашем сознании на максимальную дистанцию их предметного различия, так что сама заявка на преодоление экономического и череды других кризисов с помощью философии кажется неискушенным людям чуть ли не бредом. Однако еще три столетия назад никого не смущало, что экономика была органической частью моральной философии и позиционировалась как сугубо этическая дисциплина. Такие знаковые фигуры Нового Времени как Т. Гоббс, Дж. Локк, Ф. Бэкон, Р. Декарт, Д. Юм, И. Бентам путем первоначальных этических исканий порождают особый предмет экономики как разрушенной философии, нацеленной на эгоизм, конкуренцию, успех любой ценой, о котором Ж.Ж. Руссо потом скажет: «Если полагать смысл жизни в успехе, надо быть скорее подлецом, чем порядочным человеком».

Во многом главным и определяющим направлением переживаемой исторической эпохи является необходимость перехода человечества от экономических цивилизационных практик к целостным, то есть основанным на философской картине мира, и предполагающим ключевую роль духовно(морально)-нравственных принципов в жизни общества. По сути в этот период фундаментальной дисгармонии всех сфер жизни человеческого общества — шанс для человечества проснуться от всегда гибельного духовного сна. Вспоминая слова В.С. Соловьева, следует, что человек есть «только носитель, или подставка (ипостась) чего-то другого, высшего… Отдаваясь этому, забывая о своём «я», человек на самом деле удерживает себя в своём истинном значении». И изучение нравственных законов, определяющих развитие общества в целом должно стать одной из главных задач обучения в высшей школе при подготовке специалистов всех направлений.

Список литературы

1. *Миронов С.М.* Экономика несправедливости / С. Миронов. М.: Ключ-С, 2015. 64 с.

2. *Роик В.* Достойная заработная плата и пенсия: отечественный и зарубежный опыт // Человек и труд, 2007. №7.

3. *Сорокин П.* Социальная и культурная динамика: исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений / *П. Сорокин*; Пер. с англ. Комментарии и статья *В.В. Салова*. СПб.: РХГИ, 2000. 1036 с.

4. Социальное положение и уровень жизни населения России. 2015: Стат.сб. / Росстат М., 2015. 311 с. Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/soc-pol.pdf.

УДК 342.25

Салохин Николай Павлович
Омский государственный
технический университет

ПРОТИВОРЕЧИЯ ЕДИНИЦЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация. Экономические преобразования России требуют изменения всей системы управления. Субъект-объектные схемы не удовлетворяют требованиям времени. Для преодоления экономических противоречий развития необходима парадигма управления иного типа. Её основанием станут субъект-субъектные коммуникации свободных акторов.

Ключевые слова: единица общества, экономика, демократические преобразования, управление, культура, самоорганизация.

Salokhin Nikolay, P.
Omsk State Technical University

SOCIAL UNIT CONTRADICTIONS AT CONTEMPORERY RUSSIA ECONOMY

Abstract. Economic innovations make Russia change subject-object scheme of management system. The author underlines the development of new government and management at economy based on freedom and subject- subject communication.

Keywords: social unit, economy, democratic innovations, government, management, self organisation.

Развитие современной России происходит в неравновесной социально-экономической среде, испытывая воздействие разнонаправленных сил как посттоталитарно-авторитарного характера или либерально-монетаристских, так и рационально-правовых и гражданско-демократических. Последние направляют общество и экономику по пути прогресса, демонстрируя в развитии производства перманентное гносеологическое расширение. Как результат взаимодействия различных факторов детерминации управление трансформирует экономику и единицу общества и утверждает полисубъектность экономических коммуникаций.

Преобразования России требуют изменений не только общегосударственной концепции управления, но и создания оснований развития экономики, утверждающих приоритеты самоупорядочения, самоорганизации и саморазвития. Базовым элементом повышения эффективности управления должен стать постоянный диалог власти и общества в рамках разнообразных субъект-субъектных связей и отношений равномощности и равноответственности сторон.

Субъект государственного управления, стремясь утвердить социальное равновесие, внешним воздействием детерминирует преобразования общества и экономики в соответствии с собственными гносеологическими схемами. Контролируя внеэкономическими мерами инициативы индивида и общества, он

© Салохин Н.П., 2017.

воспроизводит субъект-объектные линейные схемы и порождает цивилизационный конфликт, восходящий к противоречию либерально-монетаристской доктрины и отечественной политико-экономической и социокультурной традиции. Деятельные индивиды, стремясь мирно разрешить противоречие должного и сущего, объективируются как самостоятельная единица общества, отчуждая субъект-объектную коммуникацию внешнего управления.

Управление экономикой, как деятельность, соответствующая содержанию социального контекста, должно носить нелинейный субъект-субъектный характер, что предполагает решительное изменение его институтов и инструментов. Формирование новой системы управления не является изолированным процессом и происходит в неравновесной социальной среде, испытывающей воздействие разнонаправленных деятельностных схем. Рационально-правовые и гражданские инициативы как результат взаимодействия различных факторов детерминации и активности экономических субъектов трансформируют единицу общества и утверждают конкурентные коммуникации.

Практика же России демонстрирует нарастание социальных противоречий и отчуждения в системах «государство-общество», «общество-индивид», «индивид-экономика» и даже «общество-экономика». Нарастание отчуждения усугубляется сохраняющимся разрывом во времени требований современности и опосредуется взаимовлиянием объективных причин, выраженных в изменении макроэкономического контекста, и причин субъектного порядка, раскрывающих неравномерность освоения управленцами необходимой методики, техники и культуры управления. Неравномерность усвоения и освоения продуктивных норм и технологий выражена в противоречивом сочетании в управлении элементов различных культурных парадигм – бюрократизма, этатизма, патерналистского централизма, фратерналистского партнёрства и демократизма. Это затрудняет совершенствование качества управления в целом и снижает меру соответствия вызовам современности.

Корреляция уровня персональной ответственности и роли работника в структуре органа управления позволяет выявить меру эффективности исполнения служебных обязанностей и служебных ролей. Оценка качества управленческого труда, выполняемого в соответствии с должностной инструкцией, раскрывает содержание дихотомий «функции-должность» и «цели-должность», что позволяет коррелировать продуктивность и содержание работы. Но обозначенное отражает результаты линейных субъект-объектных коммуникаций управления и точность в трансляции и исполнении команд руководства, что значимо для классической парадигмы, в рамках которой приказ властного субъекта все сопровождался необходимыми ресурсами. Изменение макроэкономического контекста сделало указанные схемы нефункциональными.

Общество современной России испытывает влияние предшествующей бюрократической традиции. Система управления, по-прежнему, дифференцирована на противостоящие объект и субъект: последний стремится подчинить управляемое сообщество в соответствии с собственными планами и программами. Роль объекта как безусловного исполнителя в условиях частной собственности раскрывает текущее восприятие сущего и линейность направленности

в интерпретации его потребностей и интересов, сконструированную как результат взаимовлияния субъектов управленческого взаимодействия различного уровня. Субъект управления не учитывает изменения социально-экономического контекста, что в условиях отсутствия необходимых ресурсов вызывает решительный протест и противодействие со стороны объекта. Очевидно, что прежняя бюрократическо-централистская система управления, в условиях нелинейности и неравновесности социально-экономических коммуникаций современности, являет анахронизм. Четкое разграничение властных полномочий, строгая функциональность при распределении ролей, узкая специализация институтов управления были возможны в условиях государственной собственности и распределительных отношений, позволявших субъекту управления подкреплять команды достаточными ресурсами. Консервация линейных субъект-объектных связей в управлении экономикой и стремление сохранить распределительные механизмы не только противоречит потребностям общества России, но и выводит его на путь регрессивного развития [1. С. 286-307].

Практика российских трансформаций демонстрирует классическую проблему управления: управляемому объекту – низам – недостаточно имеющихся жизненных ресурсов и они отрицают новые ценности, прокламируемые верховным властным субъектом, субъект управления – верхи – испытывает острый дефицит актуальной и достоверной информации, что побуждает его принимать некие иллюзорные решения, не соответствующие реальным потребностям и интересам общества. Индивиды и их сообщества, не встречая в действиях властного субъекта ответ на вызовы времени самоизолируются и, защищая собственные интересы, формируют субкультуры. Указанные проблемы не только отражают противоречие должного и сущего: здесь мы имеем дело с противоречием линейного и нелинейного, воплощающим стремление личности действовать в условиях неравновесности на основании собственных гносеологических схем и под собственную ответственность. Попытки субъекта управления обозначать противоречия и конфликты как проявления иррациональности, нарушающей упорядочивающую деятельность, снижают возможности самоупорядочения и саморазвития, усиливают отчуждение народа и управления.

Современные коммуникации общества созидаются нелинейностью связей самоупорядочения, самоорганизации и самоуправления равномощных и равноответственных субъектов. Прежние гносеологические схемы этатизма, бюрократизма и патерналистского централизма, воспроизводящие линейность субъект-объектных отношений, утверждают требование исполнительности как главное, ожидаемое и должное качество подчиненного, молчаливо выполняющего любое управленческое решение. Восприятие управляемого объекта как исполнителя в посттоталитарную эпоху детерминировано сохранением валового подхода к человеческому фактору в экономике и социальном развитии, что предусматривает выполнение им определённых функций, регламентированных формальными и неформальными нормами. Следование установленным нормам и выполнение приказов выражает меру эффективности линейных субъект-объектных схем управления и объективируется в качественном и своевременном отчете о выполнении внешнего приказа или требований должностной ин-

струкции. Каждый участник управленческой коммуникации в конкретной ситуации профессионального действия вынужденно выступает в единственной роли: либо отдающего команду, либо её исполняющего. В условиях линейности субъект-объектных связей смешение указанных функций дезорганизует процесс управления и порождает деструктивные последствия. Нерассуждающая исполнительность, с другой стороны, выступает показателем лояльности участника деятельности и индикатором меры легитимности властного субъекта [4].

Продуктивное управление обеспечивает воспроизводство социальности в целом и преемственность общественных связей. Обладая механизмами воспроизводства, выраженными в так или иначе выделяемых, организуемых и предъявляемых нормах, управление воспроизводит социальность прерывно и нелинейно. Система управления заимствует правовые и организационные культурные нормы, что позволяет обществу осуществлять контроль за их исполнением как непосредственно в рамках национальной культурной традиции, так и опосредованно через специальные ритуалы или институты. Рост специализации и профессионализации в управлении до недавнего времени воплощался в обособленности культурных норм системы, что вело к усложнению социальных норм в целом и повышению уровня дифференциации функций управления.

Гражданское общество рационального государства и режим полиархии кардинальным образом преобразуют институциональное содержание управления: нормотворчество и нормоприменение утрачивает формальную атрибутивность и в деятельности самоупорядочения, самоорганизации и самоуправления восстанавливает свою естественную природу. Общество с трудом преодолевает прежнюю ментальность частичного индивида-иждивенца, о котором заботится государство. Возвращение индивида в среду реального имеет острейший социальный смысл. Инструменты преодоления глобализирующегося отчуждения не многочисленны: важнейшими из них являются реальный сектор экономики, самоуправление, доступность достоверной информации и постоянный диалог граждан и власти [2].

Носителем тенденций прогресса, таким образом, выступает свободный и активный индивид, преодолевший частичность индустриализма и ставший суверенным субъектом экономических коммуникаций. В условиях постмодерна особое значение обретает активность среднего класса, как доминирующей социальной группы, чья самостоятельность утверждена правовыми, экономическими и социальными основаниями. Средний класс – категория экономическая, принадлежность индивида к которой, согласно нормам международного права, определяется совокупным среднегодовым доходом на одного члена семьи в объёме не ниже двадцати тысяч долларов. В трансформируемой России по данным действительного члена РАН Д.С. Львова указанным доходом располагало не более 4,8 % населения [3]. «Успехи» управления последних нескольких лет позволяют вывод, что в России средней класс практически отсутствует.

Процесс становления нового типа управления с позиций внутренней детерминации обладает полисубъектностью и многосторонней направленностью. Властность, как основная характеристика субъекта управления, в условиях нелинейных и неравновесных коммуникаций утрачивает своё значение для реализации общесоциальных или корпоративных задач экономики. Способность и

возможность влиять на деятельность, как отдельного индивида, так и различных сообществ, в условиях равномощности и равноответственности проявляется преимущественно в косвенных актах. Для этого используются методы руководства, убеждения или авторитета, а также применяются средства информирования, агитации, пропаганды, рекламы, идеологического воздействия и формирования общественного мнения.

Продуктивное управление является результатом взаимодействия деятельностного субъекта с внешней средой, представленной равномощными акторами, который на основании общесоциальных или корпоративных интересов образует вместе с ними дихотомию социально-профессионального характера. Система самодетерминации управления с этих позиций, кроме того, включает совокупность внутренних и внешних факторов, которые в собственном взаимодействии определяют характер её возникновения и специфику проявления. Становление управления, отвечающего содержанию социальности постмодерна, предполагает формирование целостной системы «культурных проявлений», включающей нормы, ценности, смыслы и значения нелинейного характера и конвенциально согласовывающую реальность повседневного взаимодействия властного субъекта и объекта, действующего на основаниях самоуправления и саморазвития.

Практика демонстрирует онтологический разрыв задач постиндустриализма и содержания компетенций института управления. Свободный индивид, преодолевший частичность отчуждения, становится субъектом постиндустриального проекта, формирующим в гносеологическом расширении новый смысловой и экономический мир. Он конструирует субъект и объект управления, действующие на основании нелинейных и неравновесных связей, смыслов и значений, заданных потребностями социально-экономического развития. В контексте субъект-субъектного взаимодействия формируется система управления как область диалога народа и власти, объективная институциональность которой является средой осуществления прогресса.

Для преодоления нарастающих кризисных явлений и собственной эффективности система управления России должна постоянно демонстрировать стремление к диалогу и гносеологическое расширение, раскрывать смысловой мир, который в обыденном взаимодействии конструирует субъект и объект развития, действующие на основании нелинейных и неравновесных связей, смыслов и значений, заданных реальными потребностями общества. В контексте субъект-субъектного взаимодействия управление – область постоянного диалога народа и власти, объективная институциональность которой является естественной средой преодоления отчуждения и осуществления прогресса.

Список литературы

1. *Сметанин А.В., Сметанина Л.М.* К вопросу о формировании новой модели экономики России // Труды Вольного экономического общества России. Том 203. М.: Вольное экономическое общество России, 2017. С. 286-307.

2. *Луман Н.* Социальные системы. Очерк общей теории. СПб.: Наука, 2007. 644 с.

3. *Львов Д.С.* Экономика развития. М.: Экзамен, 2002. 512 с.

4. *Пикетти Т.* Капитал в XXI веке / Томас Пикетти. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2015. 592 с.

УДК 369

Соловьев Аркадий Константинович
Пенсионный фонд Российской Федерации

МОДЕРНИЗАЦИЯ ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ РАДИКАЛЬНЫХ СТРУКТУРНЫХ СДВИГОВ РЫНКА ТРУДА

Аннотация. Рыночные реформы сопровождаются радикальными изменениями рынка труда, обусловленными изменениями форм собственности на средства производства, когда наемные формы трудовой занятости все активнее вытесняются индивидуальными формами, способствуя увеличению численности самозанятого населения (индивидуальных предпринимателей, фрилансеров и прочих категорий).

Это неуклонно ведет к росту пенсионной нагрузки на экономику, поскольку снижается соотношение численности плательщиков и получателей пенсионной системы в результате сокращения рабочих мест на крупных и средних предприятиях. Этот процесс дополнительно усугубляется и негативными тенденциями, связанными с демографическим кризисом (сокращением рождаемости и старением населения, приводящим к увеличению доли нетрудоспособного населения страны в целом).

При формировании пенсионной политики, в частности, выработке направлений модернизации (реформирования) пенсионной системы, государство должно учитывать весь комплекс макроэкономических и демографических факторов, влияющих на ее состояние в долгосрочной перспективе.

Ключевые слова: пенсионная система, рынок труда, самозанятое население, пенсионные права.

Solovev Arkadii, C.
Pension fund of the Russian Federation

MODERNIZATION OF THE PENSION SYSTEM IN THE CONDITIONS OF RADICAL STRUCTURAL LABOR SHIFTS OF THE LABOR MARKET

Abstract. Market reforms are followed by the radical changes of labor market caused by changes of forms of ownership on means of production when hired forms of labor employment are more and more actively forced out by individual forms, promoting increase in number of the independently employed people (individual entrepreneurs, freelancers and other categories).

It steadily leads to growth of pension load of economy as the ratio of number of payers and recipients of pension system as a result of reduction of jobs at large and medium-sized enterprises decreases. This process is in addition aggravated also with the negative tendencies connected with demographic crisis (the reduction of birth rate and aging of the population leading to increase in a share of the disabled population of the country in general). When forming pension policy, in particular, to development of the directions of modernization (reforming) of pension system, the state has to consider all complex of the macroeconomic and demographic factors influencing her state in the long term.

Keywords: pension system, labor market, independently employed people, pension rights.

© Соловьев А.К., 2017.

В настоящее время из общей численности занятого населения около трети в той или иной степени вовлечены в самозанятый сектор рынка труда. С позиции граждан трудоспособного возраста такая трансформация трудовых отношений оценивается неоднозначно (имеются как положительные, так и отрицательные последствия).

Однако с позиции граждан нетрудоспособного возраста (как современных, так и будущих) этот факт должен оцениваться исключительно отрицательно, поскольку рост численности самозанятого населения становится все более тяжелым обременением государственной пенсионной системы. Более того, для самих самозанятых работников, которые не участвовали в наемных трудовых отношениях, современная пенсионная система содержит целый комплекс как социальных, так и экономических рисков, главный из которых – это риск невозможности сформировать даже минимальный объем страховых пенсионных прав, поскольку действующее пенсионное законодательство в отношении данных категорий работников содержит, как это ни парадоксально, разнообразные льготы и привилегии, направленные на «облегчение» их текущей налоговой нагрузки, в основном – по обязательным платежам в государственную пенсионную систему.

Современная пенсионная система предусматривает льготную тарифную политику для наиболее нормативно-формализованной части самозанятого населения – индивидуальных предпринимателей: уплату фиксированного платежа, размер которого исчисляется исходя из законодательной ставки тарифа (26%) МРОТ (минимального размера оплаты труда). Для тех индивидуальных предпринимателей, годовой доход которых превышает определенную границу, страховые отчисления рассчитываются как 1% от его величины.

Однако абсолютное большинство индивидуальных предпринимателей декларируют только первый вариант формирования своих пенсионных прав, при этом, не задумываясь (по причине не информированности об условиях пенсионного обеспечения, установленных действующим пенсионным законодательством) о том, что для полноправного участия в государственной страховой пенсионной системе необходимо, по существу, «заработать» нормативно установленный минимальный объем пенсионных прав.

Этот объем страховых пенсионных прав регламентирован двумя параметрами: минимальным страховым стажем (не менее 15 лет с учетом десятилетнего переходного периода) и минимальной суммой пенсионных баллов (индивидуальных пенсионных коэффициентов) – не менее 30 – также с учетом переходного периода. Следует дополнительно подчеркнуть, что даже указанный минимальный объем пенсионных прав не обеспечивает сколько-нибудь достойный уровень трудовой пенсии, так как он едва ли достигнет трети от среднестатистического ее размера по всей пенсионной системе.

Рассмотренная проблема достойного уровня пенсионного обеспечения становится особенно актуальной к 2020-м годам, когда к пенсионному возрасту подойдут поколения, трудоспособный период жизни которых совпал с периодом перестройки. Наиболее же критическая ситуация для самозанятого населения сложится в 2030-е годы, когда численность пенсионеров, сформировавших

свои пенсионные прав в секторе индивидуального предпринимательства, достигнет 15-20%.

Актуарно необоснованная пенсионная политика в отношении самозанятого населения, затянувшаяся на несколько десятилетий, создает реальные риски нищенского существования в старости, инвалидности и др. страховых случаях, как для самих индивидуальных предпринимателей, так и для финансовой обеспеченности всей государственной пенсионной системы, поскольку подрывает ее базовый страховой принцип – адекватность накопленных пенсионных прав и государственным пенсионным обязательствам.

Пенсионная система стран постсоветского пространства находится в состоянии глубокого бюджетного кризиса, который выражается не только в хроническом дефиците, но и, как следствие, в усилении зависимости пенсионной системы от трансфертов из федерального бюджета. Учитывая высокие темпы старения населения в предстоящие десятилетия, очевидно, что ситуация в пенсионной системе станет еще более проблематичной.

Анализ факторов дефицита пенсионной системы позволяет выделить следующие ключевые причины финансовой неустойчивости российской пенсионной системы, связанные с ее низкой эффективностью, препятствующие достижению целей ее долгосрочной сбалансированности и надежности:

1. Низкий нормативный пенсионный возраст, и, соответственно, избыточные обязательства пенсионной системы, связанные, во-первых, с массовым назначением досрочных пенсий, и во-вторых, с отсутствием стимулов откладывать обращение за пенсией позже общеустановленного пенсионного возраста, границы которого не менялись на протяжении последних восьмидесяти лет.

2. Ухудшение соотношения между численностью плательщиков пенсионных взносов и получателей пенсий под влиянием, с одной стороны, процессов на рынке труда, связанных с сокращением масштабов стандартной формальной занятости на крупных и средних предприятиях, поскольку система не создает стимулов для формализации рабочих мест, а с другой, демографического старения населения.

3. Дополнительные расходы пенсионной системы, возникшие в результате недавних решений в пенсионной сфере (не предусмотренных внормами законодательства). К ним относятся, во-первых, расходы на валоризацию пенсионного капитала, дополнительное увеличение фиксированного базового размера пенсий на 30% при доведении размера социальной пенсии до уровня прожиточного минимума пенсионера с 2009 года. И во-вторых, – расходы, связанные с временным разрывом во введении дифференциации фиксированного базового размера пенсии по стажу, когда увеличение размера базовой части относительно основного размера при стаже свыше 30 лет возникло уже с 2015 года, а уменьшение ее размера при стаже менее 30 лет растянется до 2036 года.

4. Непредсказуемость и непрозрачность норм пенсионного обеспечения, оказывающие негативное влияние на мотивацию участников пенсионной системы, возникшая в результате постоянных изменений пенсионных формул, правил назначения пенсий, а также нестабильности тарифной политики пенсионной системы.

Сокращение занятости на крупных и средних предприятиях и рост занятости в неформальном секторе экономики, на протяжении последних десятилетий, можно рассматривать как процесс, во-первых, увеличивающий масштабы неформальной занятости на российском рынке труда, а во-вторых, сокращающий долю потенциальных плательщиков пенсионных взносов. Кроме того, важно понимать, что наиболее достоверные сведения о заработной плате, на основе которых рассчитывается средняя заработная плата для назначения страховой пенсии и затем устанавливается коэффициент замещения (отношение средней пенсии к средней заработной плате), также собираются, прежде всего, с крупных и средних предприятий, доля которых неуклонно сокращается.

Кроме того, все больше работников получают скрытую заработную плату, с которой не уплачиваются взносы в пенсионную систему. В результате свыше трети фонда оплаты труда не участвует в формировании страховых отчислений в Пенсионный фонд Российской Федерации. Таким образом, если не произойдет расширения охвата работающих обязательным пенсионным страхованием, общий пенсионный тариф для тех, кто платит максимальные взносы, придется повышать еще больше, и платить будут в основном крупные и средние предприятия, имеющие преимущественно формальную занятость.

В неформальном секторе экономики России сегодня занято более 12 млн. человек, которые не уплачивают взносы в пенсионную систему или уплачивают их лишь частично. При этом пенсионное законодательство предоставляет им полный комплекс пенсионных гарантий. Минимальный стаж работы в формальном секторе экономики для получения трудовой пенсии до 2015 г. составляет всего 5 лет. Действующая пенсионная шкала остается достаточно плоской, и такие работники немного теряют в размере трудовой пенсии от низкого стажа; фактически пенсионные средства перераспределяются в их пользу, что подрывает стимулы к формализации занятости и увеличению продолжительности страхового стажа [1. С. 128].

Соотношение между числом работников, платящих взносы в пенсионную систему, и числом пенсионеров – еще хуже. Этот показатель снижается с 1,3 в 2013 году до: 1,2 в 2020 году; 1,04 в 2030 году; 0,95 к 2040 году; 0,9 к 2050 году, приводя к росту государственных пенсионных обязательств, необеспеченных финансовыми ресурсами.

Дополнительные расходы пенсионной системы сверх предусмотренных в законодательстве включают, во-первых, расходы на валоризацию пенсионного капитала, дополнительное увеличение фиксированного базового размера пенсий на 30% при доведении размера социальной пенсии до уровня прожиточного минимума пенсионера (осуществляется с 2009 года). Во-вторых, – это расходы, связанные с временным разрывом во введении дифференциации фиксированного базового размера пенсии по стажу, когда увеличение размера базовой части относительно основного размера при стаже свыше 30 лет возникло уже с 2015 года, а уменьшение ее размера при стаже менее 30 лет растягивается до 2036 года.

Кроме того, проведена валоризация пенсионного капитала, которая увеличивает размер сформированного до 2002 года пенсионного капитала на 10%

и дополнительно на 1% за каждый год стажа до 1991 года. Валоризация пенсионного капитала потребует 1% ВВП в год и затронет выходящих на пенсию даже через 20 лет, хотя должна была касаться только старшего поколения получателей пенсии, имеющих стаж до 1991 года.

В результате, расходы на валоризацию пенсионного капитала в 2015 году составили 669,7 млрд. руб., в 2020 году оставят уже 912,7 млрд. рублей. Одновременно, начиная с 2009 г., размер социальной пенсии повышен до уровня прожиточного минимума пенсионера. При этом размер базовой части пенсии увеличился дополнительно более чем на треть, а сам ФБР трудовой пенсии должен индексироваться темпом, равным индексации страховой части пенсии, то есть темпом роста доходов в расчете на одного пенсионера. Все это дополнительно увеличивает пенсионные обязательства и в текущий бюджетный период, и в среднесрочной перспективе. В настоящее время возникла потребность в более медленной индексации фиксированного базового размера для экономии бюджетных средств и для повышения доли страховой части пенсии в общем размере пенсии.

В результате перманентных изменений пенсионной системы размер назначаемых пенсий формируется из многих составных компонентов, соответствующих разным периодам пенсионного законодательства. Вместо настройки действующей пенсионной системы на устойчивое и эффективное существование в рамках существующих правил каждый раз проводится новая пенсионная реформа, производится перерасчет назначенных пенсий и пенсионных прав, что в конечном итоге все больше усложняет и запутывает процедуру конвертации пенсионных прав в реальные пенсии для разных категорий населения. Самим гражданам – застрахованным лицам, включая пенсионеров, осуществлять расчет пенсий практически невозможно, что снижает их мотивацию к продолжительной формальной занятости.

За период реформ многократно изменялись размеры и порядок уплаты взносов в пенсионную систему. В 2002 году была введена регрессивная шкала взносов в пенсионную систему. С 2009 года вместо регрессивной шкалы взносов введен предельный размер отчислений в пенсионную систему при значительном повышении тарифа отчислений с 20% до 26% от заработной платы.

Все приведенные выше факторы и риски, связанные с модернизацией пенсионной системы, «…ставят перед государственными органами управления рынком труда необходимую задачу – создать нормативно справедливую систему формирования равных пенсионных прав для всех участников рынка труда, независимо от формы трудовых отношений: наемных и не наемных работников (фрилансеров, индивидуальных предпринимателей, фермеров и т.п.)» [2. С. 41].

Список литературы

1. *Соловьев А.К.* Экономический механизм формирования государственных пенсионных обязательств (пенсионная формула) // Экономические стратегии (академический бизнес-журнал). 2013. №5. С. 126-131.

2. *Соловьев А.К.* Актуарный анализ эффективности формирования пенсионных прав самозанятого населения // Пенсия. 2016. №10. С. 36-46.

УДК 336

Сурвило Татьяна Сергеевна
Фелдмане Элина
Рижский технический университет

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

Аннотация. В Латвии с помощью Европейского Союза создана система долгосрочного планирования; в этой системе для достижения долгосрочных целей активную роль играют Европейские финансовые фонды, которые реализуются как инвестиционные проекты. Управление фондами ЕС предполагает разработку плановых документов, их согласование и утверждение, определение критериев оценки, отбор внесённых проектов и их утверждение, контроль реализации проектов и оценка результатов. Слабыми местами администрирования проектов являются стадии отбора проектов и оценки их воплощения. Анализируя отдельные инфраструктурные проекты самоуправлений, реализованных в период 2007-2015 гг., констатировано, что на стадии отбора проектов затраты на строительство, как правило, занижаются; могут быть отобраны проекты по административным территориям, жители которых не предполагают использовать предлагаемых их услуг.

Ключевые слова: Европейский Союз, Латвия, финансовые фонды, инвестиционные проекты, управление, контроль.

Survilo Tatjana, S.
Feldmane Elina
Riga Technical University

THE PROBLEMS OF INVESTMENT PROJECTS MANAGEMENT

Abstract. The system of longterm planning has been established by European Union in Latvia. The European financing funds are the main tools in this system for achievement of longterm goals. The EU funds management is mean to work out, to coordinate and to approve plans, to establish criterions of estimation, to select of projects, to control of projects implementation and to estimate of results. The weak places of projects administration is stage of projects selection and estimation of project implementation. Analyzing some infrastructural projects for municipalities in 2007-2015 has been concluded that construction costs for the stage of select, as a rule, mark down; and there is a possibility of projects selection for administrative territories where its inhabitants do not plan to use offered services.

Keywords: Europe Union, Latvia, finance funds, investment projects, management, control.

В соответствии с методическими документами долгосрочного планирования Европейского Союза (ЕС), акцептированными к исполнению в Латвии (как одном из регионов данного Союза), государство участвует в системе формирования и распределения финансовых средств, реализуемых в тех или иных проектах. Различные Европейские финансовые фонды оказывают значительное влияние на развитие народного хозяйства Республики.

Создание фондов связано с различными целями, которые должны быть достигнуты после реализации проектов, на которые выделяются финансовые ресурсы. Название фондов косвенно отражает те цели, на которые выделяются финансовые средства: Европейский Социальный фонд, Европейский Сельско-

© Сурвило Т.С., Фелдмане Е., 2017.

хозяйственный фонд развития села, Европейский Рыбохозяйственный фонд, Европейский фонд Регионального Развития. Кроме того, формируется фонд Кохезии, цель которого выравнивание экономических и социальных различий. Средства из этого фонда выдаются при условии, когда национальный продукт страны–участницы ЕС ниже 90% от среднеевропейского [5]. Финансовые средства из этого фонда направляются на проекты большого объема, связанные с развитием инфраструктуры, охраны окружающей среды и транспорта.

За управление финансовыми фондами ЕС отвечает Министерство финансов Латвийской Республики. Сфера управления включает различные стадии: необходимость разработки плановых документов, их согласование и утверждение, определение критериев оценки, отбор внесённых проектов и их утверждение, контроль реализации проектов и оценка результатов [2].

Целесообразно исследовать проблемы реализации проектов в области водохозяйственной инфраструктуры, т.к. «жилой фонд в Латвии обеспечен коммунальными услугами (канализация, горячая вода, центральное отопление, ванна и душ) не более чем на 60%-65%. В условиях ЕС это достаточно низкие показатели, если принимать во внимание, что в Швеции и Нидерландах ванной, душем и горячей водой обеспечен весь жилой фонд на 100%. Кроме того, в Швеции весь жилой фонд имеет центральное отопление, в Великобритании 100% жилья обеспечено горячей водой.» [1. С. 7].

В качестве базы анализа выступает финансовый период за 2007-2013 гг. Общее финансирование на этот период для сектора окружающей среды из Европейского фонда Регионального Развития 243,69 млн. евро, в том числе на развитие водохозяйственной структуры в местах поселения до 2000 человек – 143,49 млн. евро [6].

По данным Министерства среды и регионального развития из 110 административно-территориальных единиц 90 получили финансовую поддержку для развития водохозяйственного сектора. В целом это 538 проекта с общим финансированием 548,77 млн. евро [8]. К сожалению, в Латвии не организована единая информационная база, которая даёт возможность получить данные о том, сданы ли все проектные объекты в эксплуатацию. Трудности связаны с тем, что заказчиками водохозяйственных объектов являются не только органы местного самоуправления, но и предприятия коммунального обслуживания. Считается, что данные предприятий конфиденциальны. По закону на финансовую помощь может претендовать любой, кто оказывает соответствующую услугу.

Таблица 1

Количество проектов для водохозяйственной сферы по отдельным административным территориям

Поселения с количеством жителей	Видземе	Курземе	Земгале	Латгале
Свыше 2000	19	24	19	16
200-2000	108	80	83	87
Сумма	127	104	102	103

Источник: [3. С. 43]

Вполне закономерно, что основное количество проектов пришлось на маленькие города и селения с населением до 2000 человек. Именно в этих населённых местах до сих пор было недоступно качество жизни больших городов. В связи с этим, инвестируя в водохозяйственные проекты малых поселений, преследуется цель обеспечить жителей качественными коммунальными услугами: жители получают вновь построенные водо- и канализационные сети, а также реконструируемые в соответствии с новыми нормативными актами ЕС.

Стадия управления проектами, связанная с их отбором, предполагает внесение «Технико-экономического обоснования» любого проекта. Эта проектная документация включает в себя [7]:

1) оценку существующей ситуации – характеристика территории проекта, т.е. границы, число жителей, учреждений и предприятий, особо охраняемые природные территории, принадлежащие территории бассейны рек, а также схематичный материал, характеризующий водохозяйственные системы с технической, экономической, институциональной и природоохранной точки зрения;

2) долгосрочную инвестиционную программу – в этой части указываются альтернативные решения развития водохозяйственных систем и их сравнение (в т.ч. расчёт затрат технических решений, расчёт предполагаемых эксплуатационных затрат водохозяйственной системы самое малое на 30-летний период эксплуатации, сравнение проектных преимуществ для окружающей среды), а также прогноз развития водохозяйственных систем с технической, экономической, институциональной и природоохранной точки зрения;

3) приоритетную инвестиционную программу – указывается предполагаемая в проекте оценка строительства водохозяйственной системы (в т.ч. детализированное описание технологии, оборудования и аргументы выбора, описание договора, детализированный расчёт затрат, предполагаемый график реализации проекта и выгоды от использования данного проекта (технические, природные и экономические), что включает анализ влияния на природу, анализ финансовой и экономической эффективности инвестиций, финансовый план и план институциональных мероприятий.

Важный критерий оценки это сравнение затрат. На водохозяйственные инфраструктурные проекты, финансируемые из фондов ЕС, учитываются следующие затраты:

1. Затраты, связанные с подготовкой документации, обосновывающей проект, с разработкой строительного проекта и затрат на экспертизу, а также затраты на авторский и строительный контроль, необходимый в процессе выполнения строительных работ.
2. Затраты на строительство.
3. Затраты на доставку техники для водохозяйственных сетей.
4. Затраты на публичные мероприятия в рамках соответствующих нормативных актов ЕС.
5. Затраты на добавленную стоимость.
6. Затраты на подключение электроэнергии (от магистральных линий до проектных инфраструктурных объектов).

В данной статье авторы будут сравнивать только затраты на строительство, т.к. все остальные имеют известные предельные границы. Будут сравниваться проекты двух периодов: первый период это предварительный проект, который вносится в Министерство как заявка на получение европейского финансирования; второй это уточнённый проект после получения положительного решения – основа для ведения строительства, закупки оборудования и всех остальных расчётов. Поэтому первые обозначим как плановые, а вторые – фактические.

В процессе исследования 19 реализованных проектов в различных регионах Латвии, было установлено, что по 13 из 19 объектов (или 68%) плановые затраты, которые выступают в качестве одного из критериев отбора проектов, были меньше фактических. По всем объектам суммарное удорожание составило 15% или 0,98 тыс.евро. Но более корректно принимать во внимание только те объекты, по которым было удорожание строительства (т.е. без объектов, затраты которых не превысили плановых), оно составило 28% или 1,26 тыс. евро. Самое высокое несоответствие плана с фактом по отдельным объектам составило от 1,5 до 2,6 раза.

Следующим критерием отбора проекта является прогноз количества жителей, потенциальных потребителей коммунальных услуг. Прогноз о количестве жителей указан в разработанных проектах. Для сравнения точности прогнозирования было проведено анкетирование самоуправлений – заказчиков проектов. Были разосланы анкеты в 19 самоуправлений; из них ответили только 14. В анкетах был вопрос о количестве жителей на 2015 год. Сравнивая прогнозируемые в проекте данные с фактическим количеством жителей, констатировано, что только в двух самоуправлениях число жителей полностью совпадает с планом, в одном самоуправлении жителей на 37% больше, чем указано в проектах. Во всех остальных – число жителей меньше прогнозируемого от 84% до 97%. Учитывая устойчивую тенденцию уменьшения населения повсеместно по территории государства, а также негативные прогнозы учёных, можно констатировать о том, что вряд ли положение в исследуемых самоуправлениях изменится. Поэтому разработчики проектов в большинстве случаев допустили ошибки в своих прогнозах жителей исследуемых населённых мест.

Расчёт тарифов за впоследствии оказываемые услуги – ещё один критерий отбора проектов. Тарифы на водохозяйственные услуги рассчитываются в соответствии с «Методикой расчёта тарифа водохозяйственных услуг» [1]. Тарифы определяют таким образом, чтобы оплата, производимая потребителями, покрывала экономически обоснованные затраты на общественные услуги и обеспечивала их рентабельность.

Если за основу анализа принять средний тариф с учётом всего государства, то он равен 0,88 евро/м^3 [4]. На стадии принятия решения о выделении финансовых ресурсов только у двух самоуправлений тариф был выше среднелатвийского и один соответствовал среднему уровню. По всем остальным самоуправлениям – ниже средне государственного. После принятия решения тариф вырос от 1,5 до 2,5 раз. В одном случае возрос даже до 7,4 раза.

Исследуя ситуацию с тарифами на канализационные услуги, наблюдается соответствующая тенденция: на стадии до принятия решения о выделении фи-

нансовых ресурсов из фондов ЕС концепция тарифов ниже (за исключением одного поселения), затем происходит повышение вплоть до двух раз. Однако по двум поселениям повышение тарифов просто чрезмерное: 4,5 и 14,5 раз!

Если обобщить ситуацию, то тарифы по водохозяйственным услугам повысились на 68% территориальных единиц, а по канализационным – на 65%.

Основным же показателем успешной реализации проектов инфраструктуры для малонаселённых территорий, по мнению авторов, является подключение клиентов к водохозяйственным и канализационным сетям. Из 19 обследуемых самоуправлений на вопрос: Сколько к сетям подключено клиентов? – ответили только 11.

Таблица 2

Группировка самоуправлений
в зависимости от количества подключённых клиентов
(100% данные проекта)

Удельный вес подключённых к сетям клиентов (%)	Количество самоуправлений
128	1
80-100	4
50-79	4
20-49	1
менее 19	1

Источник: составлено авторами по данным [6. С. 75-78].

Данные табл. 2 указывают, что превосходный эффект достигнут только по одной территории, где к сетям подключилось свыше, чем предусмотрено проектом (128%). По всем остальным территориям расчётная технико-экономическая эффективность не достигнута, т.к. подключение жителей, предусмотренное планом, не состоялось: коммунальные сети подведены к границам домохозяйств, но продажи услуг не происходит. И чем меньше подключений к сетям, тем менее удовлетворительна реализация проектов. Что же касается последней группы – менее 19%, можно говорить о провале проекта, т.е. сети выстроены в никуда! В таком случае преимущество проекта остаётся на бумаге.

Заключение

В стране создана хорошо организованная система долгосрочного планирования, в которую умело вписаны Европейские фонды финансирования. Формально исполняются все прописанные процедуры, но деятельность любой системы будет успешной до тех пор, пока будут достигаться цели, для которых они были учреждены. Администрирование Европейских фондов предусматривает контрольные процедуры, но как мы имели возможность убедиться в процессе анализа реализации проектов водохозяйственной и канализационной системы в 19 самоуправлениях, технико-экономическая эффективность проекта и его ре-

альная реализация, как правило, не совпадает. Основной причиной несоответствия является общественное отношение к Европейским фондам: дают деньги – надо освоить. Именно поэтому одним из слабых мест процесса администрирования является процесс отбора проектов, когда занижается стоимость проекта или выбирается территория, на которой не проживают клиенты, согласные использовать предлагаемую им услугу.

Список литературы

1. *Сурвило Т., Камолс У., Шуленкова С.* Актуальность жилищной политики в Латвии // Матер. X Междунар. науч.-практ. конф. «Актуальные проблемы управления экономикой региона». 23-24 мая 2013. СПб.: СПбГЭУ, 2013.

2. VARAM Analītiskais rīks Eiropas Savienības fondu ietekmes uz teritoriju attīstību novērtēšanai, http://www.varam.gov.lv (дата обращения 15.01.2017 г.).

3. *Feldmane E.* Eiropas Savienības finanšu līdzekļu ieguldīšanas ūdenssaimniecības projektos efektivitāte. Rīga, RTU, maģistra darbs, 90 lpp.

4. *Gulbe B.* Ūdenssaimniecības pakalpojumi, to problemātika un risinājumi. LRS, 2015, http://www.ms.lps.lv (дата обращения 15.01.2017 г.).

5. *Kalniņa I., Grūberte D., Sebre A.* ES reģionālā politika un strukturālie instrumenti. Rīga, 2001.40 lpp.

6. Kohēzijas fonds. http://www.esfondi.lv (дата обращения 15.01.2017 г.).

7. Projektu atlase. http://www.esfondi.lv (дата обращения 15.01.2017 г.).

8. VARAM pārziņa esošas ES fondu aktivitātes un apakšaktivitātes . http://www.varam.lv (дата обращения 15.01.2017 г.).

УДК 336.1

Татарникова Валерия Владимировна
Томский политехнический университет

МЕЖБЮДЖЕТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, ВНУТРИРЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация. В статье рассматриваются основные элементы системы межбюджетных отношений в РФ, акцентируется внимание на внутрирегиональной системе таких отношений. Приводится обзор инструментов, регулирующих межбюджетные отношения в регионе, основное внимание среди которых направлено на дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности. В рамках данной статьи освещаются основные моменты методики распределения данных дотаций в Томской области, рассматривается расчет таких средств в разрезе муниципальных образований. Также наглядно иллюстрируется дифференциация муниципалитетов по бюджетной обеспеченности в соответствии с методикой, а затем приводится пример доходов в расчете на душу населения в каждом из них, демонстрирующий отличную картину. В заключении ставится вопрос о необходимости модернизации внутрирегиональных межбюджетных отношений, посредством внедрения инструментов, носящих стимулирующий характер для экономического развития муниципалитетов.

Ключевые слова: межбюджетные отношения, муниципалитет, доходы бюджета.

© Татарникова В.В., 2017.

Tatarnikova Valeria, V.
Tomsk Polytechnic University

INTERGOVERNMENTAL FISCAL RELATIONS IN THE RUSSIAN FEDERATION, INTRA-REGIONAL ASPECT

Abstract. The article describes the basic elements of the intergovernmental fiscal relations system in Russian Federation, and focuses on intra-regional system of such relations. It reviews instruments regulating intergovernmental fiscal relations in the region. Moreover, it focuses one qualisation grants. The article highlights the main points of the methodology distribution of equalisation grants in Tomsk region and considers estimation of these grants in each municipality. It shows fiscal capacity differentiation of the municipalities in accordance with the methodology. Based on the example, it demonstrates other picture of income per capita. In conclusion, the article declares there is the necessity of modernization of intergovernmental fiscal relations and the introduction of new tools, designed to stimulate economic development of municipalities.

Keywords: fiscal relations, municipality, budget income.

Бюджетная система Российской Федерации состоит из бюджетов трех уровней: федерального бюджета, бюджета субъекта РФ и местных бюджетов [1]. Каждый из уровней бюджета призван выполнять функции и осуществлять деятельность в пределах своих полномочий, установленных законодательством Российской Федерации. Невозможность самостоятельного финансирования расходов бюджетов разных уровней бюджетной системы стала причиной возникновения института межбюджетных отношений.

Ведущая роль в общей системе межбюджетных отношений принадлежит федеральному бюджету, как центру перераспределения бюджетных средств между бюджетами субъектов РФ. Именно на федеральном уровне устанавливаются правовые нормы, механизмы и методы регулирования межбюджетных отношений, отвечающие за обеспечение сбалансированности доходов и расходов бюджетов всех уровней. Одной из подсистем межбюджетных отношений в РФ является подсистема межбюджетных отношений внутри субъектов РФ, в которой финансовые ресурсы перемещаются от федерального бюджета и бюджетов субъектов РФ в направлении бюджетов муниципальных образований (местных бюджетов). В данной подсистеме мы остановимся подробнее на межбюджетных отношениях субъекта РФ с местными бюджетами на примере Томской области.

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» в России сформирована двухуровневая система местного самоуправления. Первый уровень составляют – городские и сельские поселения, внутригородские районы, второй – городские округа и муниципальные районы, городские округа с внутригородским делением.

В целях регулирования межбюджетных отношений в Томской области Законом Томской области от 13.08.2007 №170-ОЗ «О межбюджетных отноше-

ниях в Томской области» (далее – областной закон №170-ОЗ) предусмотрены следующие формы межбюджетных трансфертов, предоставляемые из областного бюджета: дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности муниципальных районов (городских округов) (далее – МР (ГО), субвенции местным бюджетам, субсидии местным бюджетам, иные межбюджетные трансферты местным бюджетам.

Под субсидиями подразумеваются межбюджетные трансферты, предоставляемые бюджетам муниципальных образований Томской области из областного бюджета на условиях софинансирования расходных обязательств, возникающих при выполнении полномочий органов местного самоуправления по вопросам местного значения. Под субвенциями понимаются межбюджетные трансферты из регионального бюджета, предоставляемые в целях финансирования расходных обязательств муниципальных образований, возникающих при выполнении государственных полномочий РФ, Томской области, переданных для реализации органам местного самоуправления в установленном порядке.

Одним из важных инструментов межбюджетных отношений на текущий момент являются дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности МР (ГО), формирование и распределения которых производится по единой методике расчета из областного фонда финансовой поддержки МР (ГО) в соответствии с областным законом №170-ОЗ. Данная методика содержит следующие этапы: определение объема средств областного фонда финансовой поддержки МР (ГО) (далее – ФФП МР (ГО)),расчет уровня расчетной бюджетной обеспеченности (далее – БО)МР (ГО), распределение дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности из ФФП МР (ГО).

Объём средств ФФП МР (ГО) варьируется каждый год и зависит от степени дифференциации бюджетной обеспеченности всех муниципальных образований. Чем больше разрыв между самым «богатым» муниципальным образованием и «бедными» субъектами, тем больше средств в областном бюджете необходимо предусматривать на выравнивание. Для того чтобы определить такие разрывы, необходимо рассчитать бюджетную обеспеченность каждого муниципального образования посредством соотношения потенциальных доходов и расходов с учётом численности населения.

$$БОj = ИНПj / ИБРj,$$

где БОj – уровень расчетной бюджетной обеспеченности j-го МР (ГО);

ИНПj – индекс налогового потенциала j-го МР (ГО);

ИБРj – индекс бюджетных расходов j-го МР (ГО) [2].

В качестве налогов, определяющих налоговый потенциал территории, выбраны следующие (табл. 1).

Таблица 1

Налоги, характеризующие налоговый потенциал МР (ГО)

№п/п	Наименование налога	Вид налога	Норматив отчислений в местные бюджеты	Источник информации
1	Налог на доходы физических лиц	Федеральный налог	25%+ дополнительный норматив для каждого МО	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Томской области
2	Единый налог на вмененный доход	Специальный налоговый режим	100%	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Томской области
3	Земельный налог	Местный налог	100%	Отчет УФНС России по Томской области о налоговой базе и структуре начислений по местным налогам №5-МН
4	Налог на имущество физических лиц	Местный налог	100%	

Также региональным законодательством, кроме ФФП МР (ГО), предусмотрен фонд финансовой поддержки поселений (далее – ФФПП), средства которого выделяются из областного бюджета на выравнивание бюджетной обеспеченности поселений. Расчет средств для ФФПП осуществляется по аналогии с методикой ФФП МР (ГО). Кроме этого, муниципальным районом Томской области переданы государственные полномочия по расчёту дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности поселений, поэтому средства на данные цели из регионального бюджета выделяются в форме субвенций.

В Томскую область входит 20 муниципальных образований, из которых 16 являются муниципальными районами и 4 – городскими округами. Рассмотрим средства на выравнивание бюджетной обеспеченности местных бюджетов, которые были предусмотрены в проекте закона об областном бюджете на 2016 год и плановый период 2017 и 2018 годов, а также дифференциацию муниципальных образований по степени бюджетной обеспеченности.

Таблица 2

Бюджетная обеспеченность МО, трансферты на выравнивание на 2016 год

Наименование МО	БО до выравнивания	Степень отставания от критерия выравнивания	Распределение дотаций ФФП МР (ГО) из расчета БО, тыс. рублей	Распределение субвенции бюджетам МР на исполнение полномочий по расчету дотаций поселениям, тыс. рублей	Распределение дотаций из областного ФФПП, тыс. рублей	ИТОГО ФФП МО, тыс. рублей
г. Томск	1,115	-1,115	0		3 835	3 835
Парабельский р-н	0,876	-0,876	43 436	13 987		57 423
Каргасокский р-н	0,867	-0,867	66 024	22 560		88 584
Александровский р-н	0,745	-0,745	55 157	9 362		64 519
ЗАТО Северск	0,571	-0,571	428 471		661 459	1 089 930
Тсгульдетский р-н	0,548	-0,548	345 322	80 878		426 199
г. Стрежевой	0,52	-0,52	334 268		129 607	463 875
Асиновский р-н	0,458	-0,458	198 799	38 916		237 715
Томский район р-н	0,42	-0,42	55 810	7 219		63 029
Молчановский р-н	0,408	-0,408	86 425	14 326		100 750
Шегарский район р-н	0,398	-0,398	108 257	21 996		130 253
Первомайский р-н	0,346	-0,346	120 225	19 740		139 965
Колпашевский р-н	0,319	-0,319	360 722	44 105		404 827
Кривошеинский р-н	0,307	-0,307	100 888	14 100		114 988
Кожевниковский р-н	0,306	-0,306	146 931	23 124		170 055
Зырянский район р-н	0,291	-0,291	89 907	13 874		103 781
г. Кедровый	0,289	-0,289	29 563		47 038	76 601
Бакчарский р-н	0,272	-0,272	106 096	13 987		120 084
Чаинский район р-н	0,271	-0,271	121 093	13 536		134 629
Всрхнекетский р-н	0,252	-0,252	187 091	18 386		205 477
ИТОГО			2 984 483	370 097	841 939	4 196 519

Источник: составлено на основании данных части III документов и материалов к проекту областного бюджета на 2016 год и плановый период 2017 и 2018 годов.

Ежегодно самым обеспеченным муниципальным образованием в Томской области является г. Томск. В соответствии с утвержденной методикой

соотношении ИНП и ИБР в данном муниципалитете равно 1,115. Так как предусмотрено, что выравнивание осуществляется до уровня 90% от самого обеспеченного муниципального образования (г. Томск), то все муниципалитеты в данном случае являются дотационными. Самые наименее обеспеченные муниципальные районы – Верхнекетский, Чайнский и Бакчарский, бюджетная обеспеченность в данных районах составляет менее 0,28. Средняя бюджетная обеспеченность по Томской области составляет 0,479, что на 57% ниже бюджетной обеспеченности г. Томска. Коэффициент вариации бюджетной обеспеченности муниципальных образований – 50%, среднеквадратичное отклонение составляет 0,24, данное обстоятельство свидетельствует о высокой степени дифференциации данного показателя. Следует отметить, что ряд муниципальных образований региона вместо части дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности в денежной форме соглашаются на дополнительный норматив отчислений от налога на доходы физических лиц, устанавливаемый ежегодно законом об областном бюджете. Всего на выравнивание бюджетной обеспеченности местных бюджетов в областном бюджете должно было быть предусмотрено 4,2 млрд. рублей в 2016 году, что составляет 8,9% от суммы налоговых и неналоговых доходов областного бюджета, предусмотренных в плане на 2016 год.

Далее рассмотрим доходы муниципальных образований региона в расчете на душу населения в 2015 году в разрезе налоговых и неналоговых доходов и безвозмездных поступлений (рис. 1).Исходя из данного графика распределения доходов видно, что самым богатым муниципалитетом в Томской области является совсем не г. Томск, а Александровский район доходы его составляют 79,0 тыс. рублей на 1 человека, в том числе налоговые и неналоговые доходы 30,4 тыс. рублей. Город Томск имеет меньше всего доходов в расчете на 1 человека – 20,1 тыс. рублей, но стоит отметить, что по структуре доходов он является наименее дотационным муниципалитетом, так собственные доходы, к которым относятся прежде всего налоговые и неналоговые доходы, занимают 50% от всей структуры. Несмотря на это, г. Томск не является самым первым в регионе по данному показателю, следующие муниципальные образования имеют налоговые и неналоговые доходы в расчете на душу населения выше: Александровский район, Каргасокский район, Бакчарский район, г. Стрежевой. Любопытно отметить, что Бакчарский район, при этом является одним из самым наименее обеспеченных муниципалитетов согласно методике по расчету бюджетной обеспеченности.

Общее, что объединяет все муниципальные образования Томской области, за исключением г. Томска – доля безвозмездных поступлений у всех превышает 61%. Это свидетельствует о высоком уровне дотационной территорий и необходимости наращивания собственного экономического потенциала в муниципалитетах.

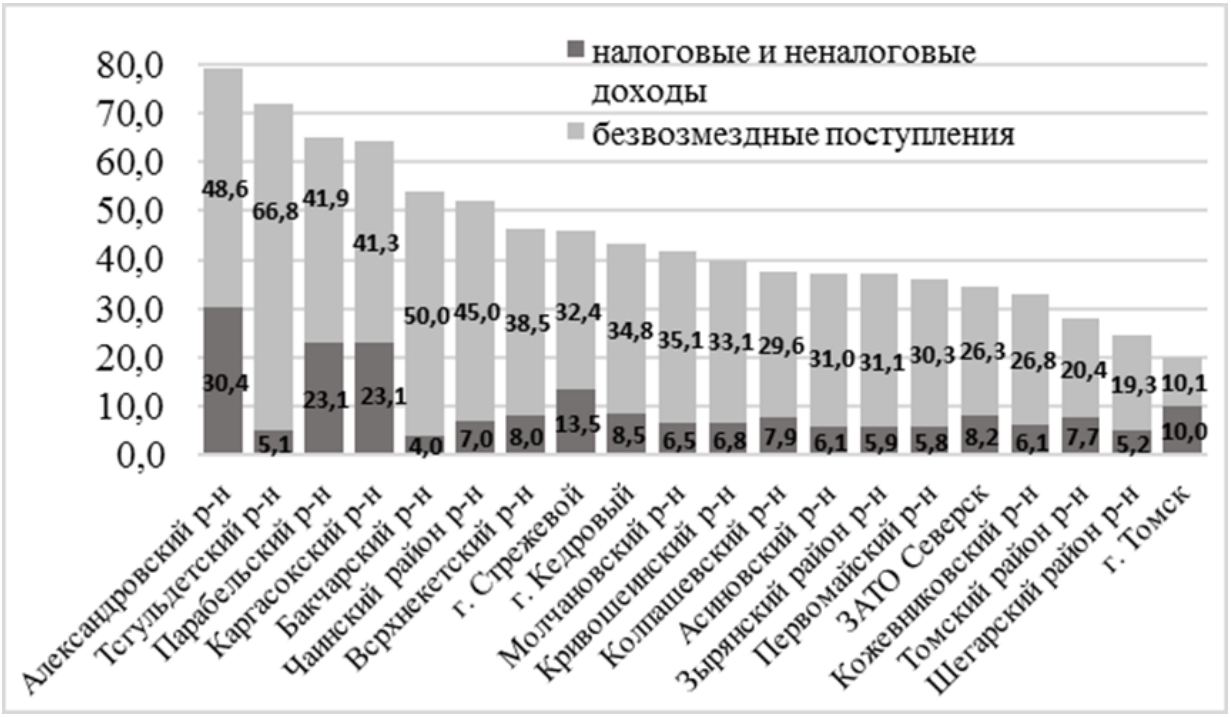


Рис. 1. Доходы муниципальных образований региона в расчете на душу населения в 2015 году, тыс. рублей
Источник: составлено на основании данных из электронных ресурсов [4, 6].

Существующая система межбюджетных отношений на территории Томской области, во многом дублирует проблемы взаимоотношений субъектов РФ с федеральным центром. На текущий момент муниципалитеты не очень заинтересованы в реализацию мероприятий, направленных на увеличение собственного налогового потенциала. Методика распределения дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности устанавливает, что в случае прироста налогового потенциала, дотации в денежной форме будут снижены. Таким образом, получается, что муниципальные образования не имеют прямого экономического интереса в развитии налоговой базы, так как средства, зачисленные в виде налогов, они не получат уже в форме дотаций. На федеральном уровне, однако, делаются попытки стимулировать регионы к развитию налогового потенциала. Так с 2017 года было принято 1% налога на прибыль, зачисляемого в областные бюджеты передать для консолидации на федеральный уровень. Из данных средств планируется предоставления грантов за достижение наивысших темпов роста налогового потенциала субъектов РФ [5].Регионам в свою очередь также следует задуматься о межбюджетных трансфертах, способствующих экономическому развитию муниципалитетов.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации;
2. Закон Томской области «О межбюджетных отношениях в Томской области» от 13.08.2007 №170-ОЗ.
3. Часть III документов и материалов к проекту областного бюджета на 2016 год и плановый период 2017 и 2018 годов;

4. Официальный сайт Департамента финансов Томской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://budget.findep.org/otchet-ob-ispolnenii-oblastnogo-budjeta.html (дата обращения 15.02.2017);

5. Официальный сайт Минфина России [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://m.minfin.ru/ru/press-center/?id_4=34566&area_id=4&page_id=2207&popup=Y (дата обращения 15.02.2017);

6. Официальный сайт Томскстата [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/scripts/db_inet2/passport/munr.aspx?base=munst6 (дата обращения 15.02.2017).

УДК 353.9

Трошкова Екатерина Викторовна
Левшина Виолетта Витальевна
Сибирский государственный
аэрокосмический университет им. академика
М.Ф. Решетнева

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНОЙ ТРУДА В РЕГИОНЕ НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ

Аннотация. Рассмотрены проблемы действующей системы государственного управления охраной труда в регионе, обозначены цели и направления развития на основе внедрения инноваций.

Ключевые слова: инновации, информационно-аналитическая система, система государственного управления охраной труда, процессный подход, управление профессиональными рисками.

Работа выполнялась в рамках государственного контракта №8-16 от 06.10.2016 г.

Troshkova Ekaterina, V.
Levshina Violetta, V.
Siberian State Aerospace University
academician MF Reshetnev

IMPROVEMENT OF STATE OSH MANAGEMENT IN THE REGION BASED ON THE IMPLEMENTATION OF INNOVATION

Abstract. The problems of the current state of the OSH management system in the region, marked the goals and directions of development based on innovation

Keywords: innovation, information-analytical system, system of public safety management, process approach, management of occupational risks.

Система государственного управления охраной труда в регионе (далее Система) нацелена на реализацию основных направлений государственной политики в сфере охраны труда. Реализация основных направлений государственной политики в области охраны труда обеспечивается согласованными дей-

© Трошкова Е.В., Левшина В.В., 2017.

ствиями федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти региона и органов местного самоуправления, работодателей, объединений работодателей, а также профессиональных союзов и их объединений. На Систему возлагаются функции государственного регулирования обеспечения охраны труда: формирование концепции (политики), организация, планирование, координация, контроль, совершенствование, информационно-аналитическое обеспечение в области охраны труда[1. С. 5-6].Целью Системы является содействие реализации основных направлений государственной политики в области охраны труда, федеральных, территориальных и отраслевых целевых программ (планов мероприятий) улучшения условий и охраны труда. Эффективность Системы оценивается через сокращение расходов, связанных с возмещением вреда, полученного от травм на производстве, и профессиональных заболеваний; снижением размера издержек, связанных с выплатой компенсации работникам, занятым на работах с вредными и (или) опасными условиями труда; увеличением размера прибыли, полученной в результате увеличения производительности, связанной с улучшением условий труда.

Проблемы действующей системы управления охраной труда в регионе связаны, во-первых, с отсутствием научных разработок, позволяющих ликвидировать рабочие места с вредными условиями и управлять профессиональными рисками. Во-вторых, с отсутствие адекватных механизмов стимулирования работников по соблюдению требований охраны труда приводит к низкой социальной ответственности работников и работодателей. Неудовлетворительные условия труда несут, в свою очередь, не только психофизиологическую нагрузку на работника, но являются причиной дополнительных расходов на медицинскую, социальную и профессиональную реабилитацию работающих. В-третьих, низкая степень интеграции различных видов контроля делает затруднительным оперативное получение органами надзора актуальной информации о результатах ведомственного, общественного или внутреннего контроля. Большое количество не скоординированных между собой субъектов государственного управления – воспринимается работодателем как агрессивная среда воздействия и, соответственно, абсолютно не выполняющая роли профилактики травматизма и заболеваемости на производстве [2]. В-четвертых, многочисленность (около 3000) нормативных правовых актов в сфере охраны труда, многие из которых требуют пересмотра и обновления [3]. В-пятых, отсутствие органов управления на отраслевом уровне и отсутствие полномочий по труду и охране труда у органов местного самоуправления муниципальных образований, увеличивают риск принятия решений по охране труда без учета отраслевой и территориальной специфик.

Учитывая сложность, иерархичность, многозадачность Системы, а также разрозненность информации субъектов управления, становится невозможным объективно прогнозировать развитие ситуации и принимать превентивные меры. Для повышения эффективности мер в области охраны труда на уровне региона необходима модернизация системы управления охраной труда на основе

внедрения инноваций. Под инновацией мы будем понимать нововведение, а также «совокупность научно-технических, технологических и организационных изменений, происходящих в процессе реализации нововведений» [4. С. 9].

Для совершенствования Системы необходимо:

1) разработать информационно-аналитическую систему по управлению охраной труда на территории региона на основе процессной модели и требований заинтересованных сторон;

2) разработать регламент участия в информационно-аналитической системе субъектов системы управления охраной труда в соответствии с наделенными полномочиями;

3) спроектировать и апробировать макет управления профессиональными рисками в области охраны труда на информационно-аналитической платформе;

4) разработать механизм функционирования интерактивной карты «Паспорт безопасности региона» на информационно-аналитической платформе для идентификации зоны риска в муниципальных образованиях региона;

5) разработать модели улучшения условий труда на основе управления профессиональными рисками (переход от корректирующей модели к превентивной) с учетом отраслевой и организационной специфики предприятий региона.

Рассмотрим подробнее предложенные инновации. Основой развития Системы является внедрение в деятельность информационно-аналитической системы, которая обеспечит автоматический сбор, хранение, обработку и оперативную передачу информации в области охраны труда. Процесс «Организация сбора и обработки информации условий и охраны труда» является одним из важных процессов, результаты которого служат основой для принятия последующих управленческих решений. Модернизация Системы позволит оперативно и своевременно получать объективную информацию от работодателей. Организация on-line механизма сбора данных позволит увеличить охват работодателей мониторингом и получить обратную связь от работодателей и работников об удовлетворенности процедурой сбора и обработки информации.

Одним из основных качественных прорывов информационно-аналитической системы станет возможность управлять профессиональными рисками. Все учетные показатели в области охраны труда смогут ранжироваться по степени опасности и влияния на жизнь и здоровье работников, частоте случаев. Итогом автоматизированной обработки данных станет присвоение текущего риск-статуса организации с возможностью оповещать участников о возможном риске в случае сокращения интервала установленного допуска показателя. Разные статусы риска будут импульсом для проведения соответствующих мероприятий. Например, наличие статуса «незначительный риск» даст возможность не только избежать проверок государственными надзорными органами, но и попасть в список участников конкурсов по охране труда, интерактивных площадках и т.д. Если организация долгое время

находится в «безрисковом статусе», то её можно будет занести в «портфель лучших практик». Наличие статуса «умеренный риск» – это сигнал о необходимости внедрения профилактических мероприятий. Статус «значительный риск» предполагает, не только внедрение корректирующих действий и отправки информации надзорным органам для осуществления соответствующей проверки, но и предусматривает дальнейший мониторинг до перемещения организации в «безрисковый статус». С помощью оперативного анализа в информационно-аналитической системе могут не только идентифицироваться риски, устанавливаться допустимые значения и критические точки, но и разрабатываться модели поведения для создания и поддержания безопасных процессов труда, а также модели улучшения условий труда с учетом отраслевой, территориальной и организационной специфик.

На базе управления профессиональными рисками может быть разработан «Паспорт безопасности региона», представляющий собой наглядную интерактивную модель административно-территориального деления региона, построенную на основе выборки результатов значимых показателей в области охраны труда и их оперативного анализа.

Преимуществом единого информационно-аналитического ресурса станет возможность субъектов управления, не только формировать информацию в соответствии со своими компетенциями и осуществлять оперативный системный анализ в сфере охраны труда, но и видеть, оценивать, а также увеличивать свой вклад в общую цель развития региональной системы управления охраной труда.

Анализ и оценка состояния условий и охраны труда в муниципальных образованиях и у работодателей позволит на уровне региона разработать корректирующие мероприятия по улучшению ситуации в области охраны труда, а также определить лучшие практики по организации работы по охране труда с целью распространения передового опыта среди работодателей края. Развитие публичной фиксации положительного опыта увеличит количество работодателей, вовлеченных в процессы совершенствования системы управления охраной труда на предприятии; активизирует развитие инициатив в данном направлении; повысит уровень профессиональных знаний и навыков; сделает трансферт инновационных моделей и технологий доступным для всех муниципальных образований.

Предложенные инновации позволят: снизить административную нагрузку на исполнительные органы власти за счет обеспечения взаимосвязи результатов деятельности органов контроля и мероприятий по государственному надзору; снизить временные затраты на формирование отчетности по охране труда, благодаря переводу системы сбора в on-line плоскость; повысить качество принятия управленческих решений на основе формирования риск-ориентированного плана проверок; видеть целостную картину о состоянии и условиях труда на уровне муниципального образования и своевременно вносить необходимые корректирующие мероприятия с учетом отраслевой и территориальной специфики; увеличить инвестиционную привлекательность региона.

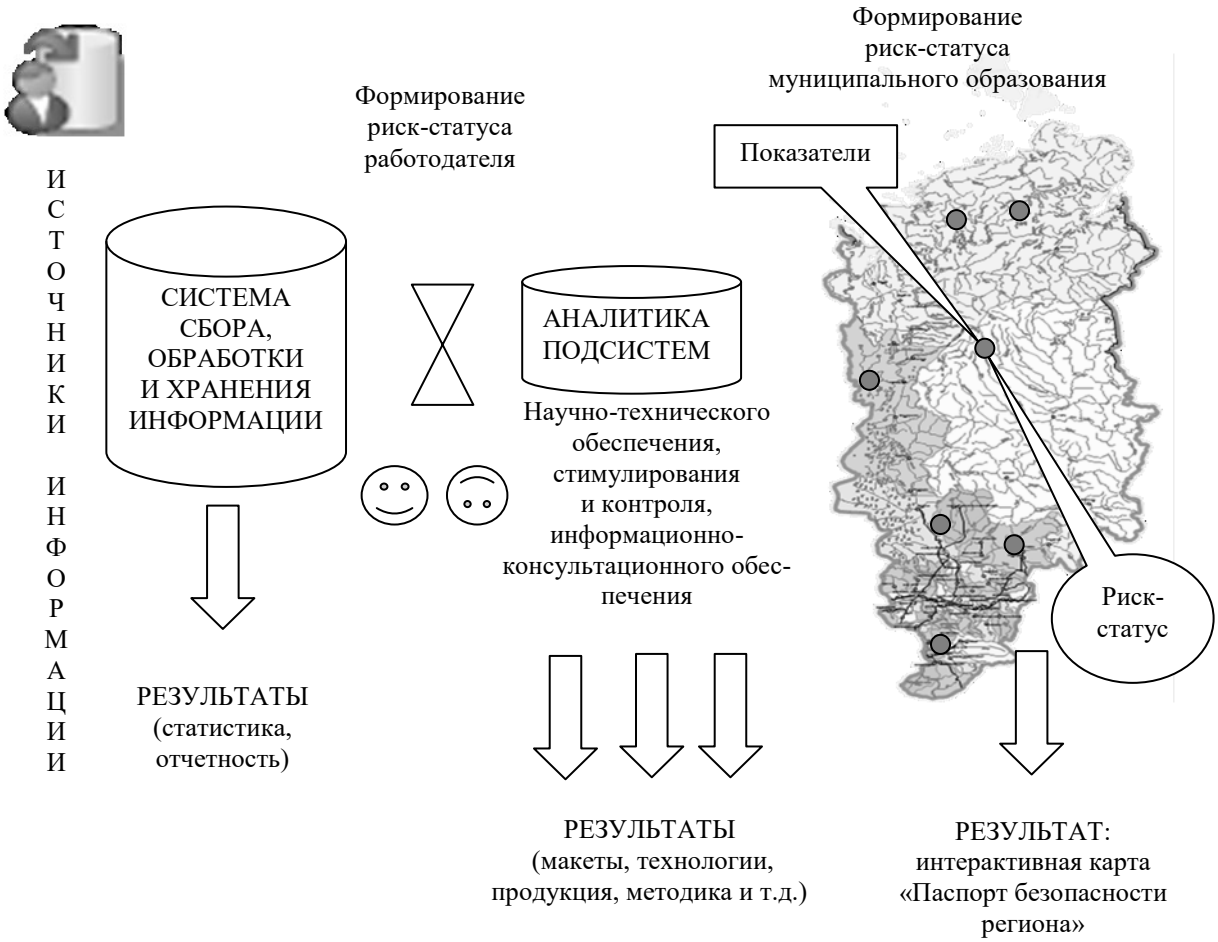


Рис. 1. Совершенствование системы государственного управления охраной труда в регионе

Список литературы

1. *Дубовец Д.С.* Основные функции государственного управления охраной труда // Охрана и экономика труда. 2014. №1. С. 4-17.

2. Доклад о деятельности отдела управления охраной труда Агентства труда и занятости населения Красноярского края за 2015 год [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://trud.krskstate.ru/content/%D0%B4%D0%B5%D1%8F%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C (дата обращения 12.02.2017).

3. *Рябова Н.В.* Анализ современных проблем в области охраны труда // Молодой исследователь Дона. 2016. №3. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://elibrary.ru/download/elibrary_27715658_74821755.pdf (дата обращения 12.02.2017).

4. Активизация инновационной деятельности в Красноярском крае. Красноярск: СибГТУ, 2000. 148 с.

УДК 323.2

Фугалевич Елена Владимировна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

МИРОУСТРОЙСТВО XXI ВЕКА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ МЕЖДУНАРОДНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация. Настоящая статья посвящена вопросам международной безопасности, а также вопросам современного мироустройства.

Ключевые слова: мироустройство, международная безопасность, международное право.

Fugalevich Elena, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE WORLD ORDER OF THE XXI CENTURY THROUGH THE PRISM OF INTERNATIONAL SECURITY

Abstract. This article is devoted to issues of international security, and issues of the modern world.

Keywords: world order, international security, international law.

В настоящее время вопрос «безопасности» стоит очень остро. Развал СССР и Организации Варшавского Договора привели к разрушению прежнего мирового геополитического порядка. Сегодня мир находится в переходном состоянии. Идет поиск новой модели геополитической стабильности, учитывающей новые реалии и новый баланс сил на планете.

Основными источниками принципов международного права являются Устав ООН, Декларация о принципах международного права 1970 года, Хельсинский заключительный акт Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе 1975 года [3].

В доктрине международного права выделяют десять универсальных принципов [3]:

- Принцип неприменения силы и угрозы силой;
- Принцип разрешения международных споров мирными средствами;
- Принцип невмешательства в дела, входящие во внутреннюю компетенцию государств;
- Принцип обязанности государств сотрудничать друг с другом;
- Принцип равноправия и самоопределения народов;
- Принцип суверенного равенства государств;
- Принцип добросовестного выполнения обязательств по международному праву;
- Принцип нерушимости государственных границ;

© Фугалевич Е.В., 2017.

- Принцип территориальной целостности государств;
- Принцип уважения прав человека и основных свобод.

Принципы международного права, как императивные положения, не могут быть отменены никакими другими установлениями специального характера или реформированы с учётом специальных обстоятельств.

В современном мире можно выделить следующие модели мироустройства XXI века в контексте международной безопасности (рис. 1).

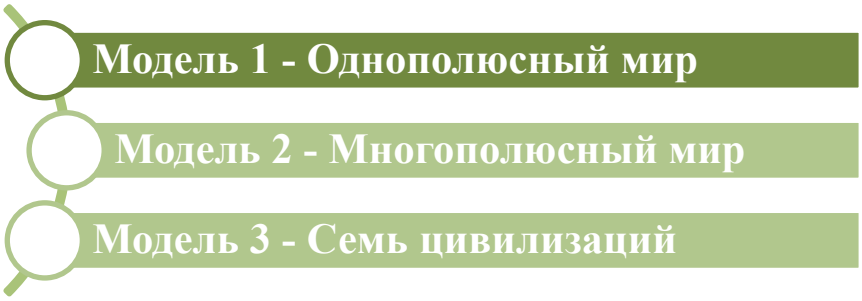


Рис. 1. Модели мироустройства в контексте международной безопасности

Модель 1 – Однополюсный мир

Основа: всемогущество США, которые в экономическом, финансовом, военном, информационном и социальном планах выглядит впечатляющим образом. США сознательно встали на путь глобальной гегемонии.

Модель 2 – Многополюсный мир

Основа: Многополярность может прийти в ходе противостояния за региональную гегемонию между Россией и ЕС, между Китаем, Индией и Японией. Политическая структура многополюсного или полицентричного мира будет (может) состоять из достаточно автономных центров, имеющих собственный арсенал ядерного оружия и космических систем, отчетливо выраженной культурой.

Модель 3 – Семь цивилизаций

Основа: Мир стал ярковыраженно многоцивилизационным, западные ценности перестали видеться универсальными. Существует фундаментальная противоположность основных цивилизационных парадигм - западной, латиноамериканской, восточноевропейской, исламской, индуистской, китайской, японской и т.д.

Западная цивилизация. Пик прямого контроля был достигнут в 1920 г. - 25, 5 млн. кв. миль (из 52,5 млн. общей земной поверхности). К новому тысячелетию зона контроля уменьшилась до 12,7 млн. кв. миль (Западная Европа, Северная Америка, Австралия и Новая Зеландия).

Латиноамериканская цивилизация. Эта цивилизация смирилась с некоей «второсортностью». Она маневрирует, привлекая японские и западные капиталы, соглашаясь на роль младшего партера Запада. В 1900 году она охватывала 3,2% земного населения, в 2025 году, по прогнозу, – 9,2%, что не обещает быстрого взлета.

Восточноевропейская цивилизация. Отличается православием, коллективизмом, особой трудовой этикой, отличным от западного менталитетом, различием взглядов элиты и народных масс.

Мусульманская цивилизация. В 1900 году численность мусульман в мире составляла 4,2%. На 2016 год согласно различным источникам 16-22%. Если тенденция сохранится, то к 2050 г христиан и мусульман в мире станет примерно поровну.

Индуистская цивилизация. Она готова противостоять буддизму - на юге и востоке, исламу – на западе и севере. По данным МВФ в 2016 г. Индия занимает второе место в мире по численности населения, третье по ВВП. Индия через 15-20 лет, возможно, будет самой населенной страной.

Китайская цивилизация. Она осуществляет сплав новейших технологий и традиционного стоицизма, демонстрирует исключительный рост самосознания, отрешение от прежнего комплекса неполноценности.

Японская цивилизация. На нее в 2016 году приходится 1,74% мирового населения и 4,26 % ВВП (4 место). Согласно прогнозам, в 2025 году придется 8% мирового валового продукта.

Основные выводы и прогнозы

- Будет продолжаться жесткое соперничество из-за земных пространств и невосполнимых ресурсов. Это приводит к яростному сопротивлению. Важно отметить, что ближайшие мировые кризисы породили геополитический подъем Китая.
- Начало упадка мировых лидеров наносит удар по мировым фондовым биржам, приводит к хаосу в мировой торговле, вызывает деградацию производства. Все это ужесточает межгосударственные отношения, обостряет конкурентное соперничество и может привести к вооруженным конфликтам.
- Мировая стагнация экономики обуславливает социальную поляризацию и делает безнадежными попытки удержать социальный мир. Всеобщее ожесточение связано с неприятием США своего относительного ослабления, что может привести к противостоянию – вплоть до глобального катаклизма
- Цивилизационные противоречия не поддаются компромиссам. Происходит та или иная форма конфронтации Запада против коалиции китайской и исламской цивилизациями и даже более широкая конфронтация «Запад против не-Запада», ведущая к хаосу и конфликту.
- Отмечается противостояние Запада прочему миру в условиях растущей многополярности. Конечный конфликт разразится вследствие того, что современный международный политический менеджмент, система международных организаций (начиная с ООН), третейский арбитраж неадекватны встающим перед миром проблемам.

Общая заинтересованность государств в деле сохранения международного правопорядка способствовала созданию системы коллективной безопасности.

Коллективная безопасность – система совместных мероприятий государств, предпринимаемых для предотвращения и устранения угрозы миру и подавления актов агрессии или других нарушений мира [1. С. 45].

Система коллективной безопасности оформляется договором или системой договоров. Различают два вида системы коллективной безопасности: всеобщая (универсальная) и региональная.

Всеобщая (универсальная) коллективная безопасность основывается на функционировании Организации Объединенных Наций [1. С. 45].

Региональная безопасность представляется соглашениями и организациями, обеспечивающими безопасность на отдельных континентах и в регионах. [1. С. 45].

Итак, рост преступности во многих странах мира, создание международных криминальных объединений обусловил активизацию сотрудничества государств в борьбе с преступностью. Государства координируют свои действия в этой сфере путем заключения двусторонних и многосторонних соглашений о борьбе с отдельными видами правонарушений, оказывают взаимную помощь по уголовным делам, осуществляют совместные действия по пресечению незаконных действий и привлечению виновных к ответственности. [1. С. 61].

Таким образом, на сегодняшней день, наиболее подходящей моделью мироустройства XXI века в контексте международной безопасности должен стать симбиоз второй и третьей моделей.

Список литературы

1. Основы теории национальной безопасности: Учебник / *Матвиенко Е.А.* и др. Волгоград: ВА МВД РФ, 2015. 452 с.

2. Демографические процессы как объект государственного регулирования / *Ким О.Л., Воронина Е.В., Пупышев А.В., Фугалевич Е.В.* СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. 163 с.

3. Официальный сайт Организации Объединённых Наций [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.un.org/ (дата обращения 15.02.2017).

УДК338.246.2

Юденко Марина Николаевна
Петербургский государственный
университет путей сообщения
Императора Александра I
Юденко Евгений Анатольевич
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ БЫСТРОРАСТУЩИМИ ИННОВАЦИОННЫМИ КОМПАНИЯМИ

Аннотация. Статья посвящена особенностям, перспективам и проблемам функционирования быстрорастущих компаний. Рассмотрен феномен быстрорастущих компаний в России и зарубежных странах, представлены результаты сравнительного анализа характеристик быстрорастущих компаний в странах с развитой экономикой. Выявлены проблемы, ограничивающие деятельность быстрорастущих компаний. Сделан вывод, что для раскрытия по-

© Юденко М.Н., Юденко Е.А., 2017.

тенциала быстрорастущих компаний и устранения имеющихся проблем и трудностей необходимо государственное управление их функционированием. Исследованы направления государственной поддержки быстрорастущих инновационных компаний в России и в странах с развитой экономикой.

Ключевые слова: быстрорастущие инновационные компании, государственное управление и программы, малый и средний инновационный бизнес.

Iudenko Marina, N.
Petersburg State Transport University
Emperor Alexander I
Iudenko Evgeniy, A.
Saint Petersburg State University of Economics

GOVERNANCE GROWING INNOVATIVE COMPANIES

Abstract. The paper focuses on the functional specifics of growth companies. We consider the phenomenon of fast-growing companies in Russia and abroad, presents the results of a comparative analysis of the characteristics of high-growth companies in a variety of developed economies. Identify problems that restrict the activities of growing companies. It was concluded, that to identify potential high-growth companies and elimination of the existing problems is necessary to the functioning of public administration. Studied directions of state support of fast-growing innovative companies in Russia and in the countries with developed economies.

Keywords: fast-growing innovative companies, public administration and program, small and medium innovative business.

Актуальность статьи определена существованием проблем, ограничивающих эффективную деятельность быстрорастущих инновационных компаний, несмотря на определенные усилия, прилагаемые государством по их развитию.

Несмотря на терминологические, а порой и содержательные расхождения быстрорастущих инновационных предприятий (компании, фирмы, фирмы - газели), большинство специалистов и ученых признают, что именно такие предприятия являются важной составляющей национальной экономики.

После открытия феномена быстрорастущих компаний Дэвидом Берчем в 1980-х гг. в США популярность быстрорастущих компаний возросла. Несмотря на свою малочисленность, быстрорастущие компании обеспечивают значительную часть общего прироста ВВП и занятости (50-80%) в странах с развитой экономикой. В соответствии с определением Евростатак быстрорастущим компаниям относят компании, показывающие среднегодовой темп роста выручки от реализации более 20% в течение 3 лет. Доля быстрорастущих компаний варьирует в пределах 7-13% количества компаний в развитых странах, в постсоциалистических странах ЕС доля составляет 17-23% [1].

Возникает закономерный вопрос – какие характеристики присущи быстрорастущим инновационным компаниям в России и других странах с развитой экономикой? Характеристики, позволяющие отнести компанию к инновационной и быстрорастущей, в разных странах с развитой экономикой достаточно сильно различаются. Этот вывод можно сделать, анализируя данные табл. 1 и нижеприведенные данные. Так, к примеру, в феврале 2016 г. был опубликован рейтинг пятисот самых быстрорастущих компаний Вьетнама – FAS500.

Таблица 1

Характеристики быстрорастущих инновационных компаний

Страна	Выручка среднего бизнеса	Средне-годовой темп роста выручки	Средние за последние три года затраты на НИОКР	Вывод на рынок нового продукта	Доля междуна-родных торговых сделок	Средние затраты на технологи-ческие инновации
Россия	За преды-дущий год от 120 млн до 30 млрд руб.	15% -20% за последние 5 лет	Не менее 5% выручки	За последние три года вывод на рынок новый или улучшен-ный продукт 20-30% от общей выручки		За последние три года не менее 10% выручки
Канада	16 млн дол.	Не менее 20% за последние три года			20%	15% от торговых сделок

Источники: [2; 3, С. 4].

Основным критерием ранжирования выступает совокупный среднегодовой темп роста выручки компании за четыре года. В ходе составления рейтинга также производится оценка деятельности компаний по показателям чистой прибыли, рентабельности активов и капитала, общей стоимости активов, уровня занятости. Наиболее быстрорастущими компаниями Вьетнама в период 2011-2014 гг. являются представители строительного сектора (112 компаний), пищевой промышленности (67 компаний), а также компании, занимающиеся производством и торговлей электроэнергией, электрическим оборудованием и электроникой (40 компаний) [4].

В отчете Министерства промышленности Канады приведены следующие данные: на быстрорастущие предприятия приходился примерно 1 млн из примерно 1,8 млн всех рабочих мест, созданных за 15 лет [2].

В 2016 г. Россия приняла участие в качестве активного игрока в международных проектах по ускорению развития инновационных быстрорастущих компаний. В июле 2016 г. стартовал проект «Поддержка частных высокотехнологических компаний-лидеров». Базой для приоритетного проекта выбран рейтинг «ТехУспех» [3].

Специалисты PwC проанализировали данные, предоставленные топ-50 участников рейтинга 2015 г. и как показал анализ, несмотря на кризисные явления в экономике России, выручка технологических «газелей» в целом выросла на 35% по сравнению с предыдущим годом. Их общие расходы на технологиче-

ские инновации увеличились на 19%. Каждая компания в среднем тратит 26% своей выручки на технологические инновации, доля расходов на НИОКР равна 12% ежегодного оборота. Средний возраст компаний – 19 лет, средняя численность сотрудников превысила 500 человек [5].

Государственная поддержка
быстрорастущих инновационных предприятий

Эмпирические исследования российских быстрорастущих компаний стали осуществляться с 2003 г. учеными Финансового университета под руководством профессора финансового университета при Правительстве РФ А.Ю. Юданова. На третьем Российском Экономическом Конгрессе, который проходил в Москве 19-23 декабря 2016 г., проблемам экономики быстрорастущих компаний была посвящена работа сессии «Экономика быстрорастущих компаний», модератором которой являлся Юданов А.Ю. Выступления ученых были в том числе посвящены и государственной поддержке быстрорастущих компаний.

В ряде стран ведется активная дискуссия о мерах государственной поддержки быстрорастущих инновационных компаний. Разрабатывается комплекс программ и инструментов для создания максимально благоприятных условий развития этого типа бизнеса. Малое и среднее инновационное предпринимательство бесспорно является необходимым условием развития каждой страны. Если говорить о инновационном малом и среднем бизнесе, то институциональная среда, сформированная в течение нескольких столетий, позволяет таким предприятиям успешно развиваться в странах Западной Европы. В этих странах существуют государственные программы «мягкого стимулирования» развития быстрорастущих перспективных предприятий малого и среднего уровня. В Южной Корее, Малайзии, Канаде государством предпринимаются активные усилия для искусственного ускорения развития средних инновационных предприятий и превращения их в значимых игроков на мировом рынке.

В табл. 2 приведен сравнительный анализ программ государственной поддержки быстрорастущим компаниям в ряде стран. В подавляющем большинстве стран (развитые государства Западной Европы, Восточной Азии) программы курируются напрямую министерствами и ведомствами, государственными агентствами.

Обращает на себя внимание, что меры государственной поддержки в России носят декларативный характер, не озвучены конкретные суммы поддержки и целевые ориентиры поддержки, что, на наш взгляд, можно объяснить, тем, что для России это пилотный проект, нацеленный на обеспечение опережающего роста отечественных частных высокотехнологических экспортноориентированных компаний-лидеров. Хотелось бы верить, что данный проект получит действенную поддержку властных структур, которые возьмут под свой контроль экспортную ориентацию компаний, а также получит помощь посреднических бизнес-структур, например, при реализации проектов ГЧП.

Таблица 2

Программы поддержки средних быстрорастущих компаний

Страна	Программы государственной поддержки		
	Название программы	Критерии отбора	Предлагаемые инструменты и механизмы
Россия	«Национальные чемпионы»	Компании, вошедшие в рейтинг «ТехУспех» 2012-2015 гг. , 2016 г. Выручка – не ниже 400 млн. руб.	Государственная поддержка: - облегчение доступа к уже существующим формам поддержки; - содействие в решении внешних по отношению к компаниям вопросов; - поддержка выхода на внешние рынки; - содействие в работе компаний с организациями с гос. участием, бюджетного сектора; - поддержка в доступе к инструментам государственной поддержки НИР и НИОКР и др.
Дания	GrowthHouses	Компании не старше 5 лет В течение года увеличение объема продаж более чем на 15%	220 видов государственных услуг. Массовая поддержка новых и малых компаний. Краткосрочный характер поддержки
Бельгия	Gazelle Jump	Отсутствуют критерии отбора.	14 направлений поддержки, курируемых негосударственными организациями. Максимальная продолжительность поддержки отдельного подпроекта не более 2 лет. Максимальная сумма государственного участия составляет 200 тыс.евро (основное покрытие расходов на консалтинг)
Канада (провинция Квебек)	PerforME (Программа «300 газелей»)	Отбор на проектной основе – оценка конкретных инвестиционных проектов, идей	Заявленный бюджет – 50 млн.дол. Финансирование пятью (по 10 млн) неправительственными инвестиционными организациями. Максимальная поддержка – 3 года
Южная Корея	7 госпрограмм, в т.ч WorldClass 300	Искусственное стимулирование компаний с целью создания 300 мощных национальных чемпионов	Долгосрочная основа поддержки (10 лет). Разносторонняя государственная поддержка

Проблемы инновационных быстрорастущих компаний

Высокоэффективные компании сталкиваются с рядом характерных проблем в части, касающейся конкурентоспособности, которые, при условии их разрешения, могут оказать значительное положительное воздействие на экономику. Анализ существующих проблем высокоэффективных компаний, позволил сгруппировать проблемы и трудности по категориям: квалифицированный персонал, финансы, инфраструктура и среда. Существует целый ряд и административных барьеров, ограничивающих развитие малого и средних компаний [6]. Найти высококвалифицированный персонал, обладающий уникальными навыками – важная проблема для быстрорастущих инновационных компаний. Инфраструктура и среда быстрорастущих компаний обеспечиваются необходимыми офисными и производственными помещениями, что не всегда является возможным. Так смена офиса, расширение за счет дополнительных площадей – все это представляет определенные трудности, особенно в крупных городах. Финансовое состояние интегрально отражает результативность всей деятельности компании. Быстрорастущие компании нуждаются в «длинных» недорогих финансах для поддержания своего роста и развития. Если компания нуждается в коммерциализации инновационных идей, то финансирование потребуется на нескольких стадиях выхода продукта на рынок [7].Тем не менее, большая часть компаний, находящихся на рынке более 4 лет, не выделили проблему финансового обеспечения в качестве основной. На рис. 1 показано распределение ответов на вопрос «Как Вы оцениваете финансовое состояние компании?» (в % к числу опрошенных компаний), по результатам опроса, проведенного Высшей школой экономики и Институтом менеджмента инноваций.

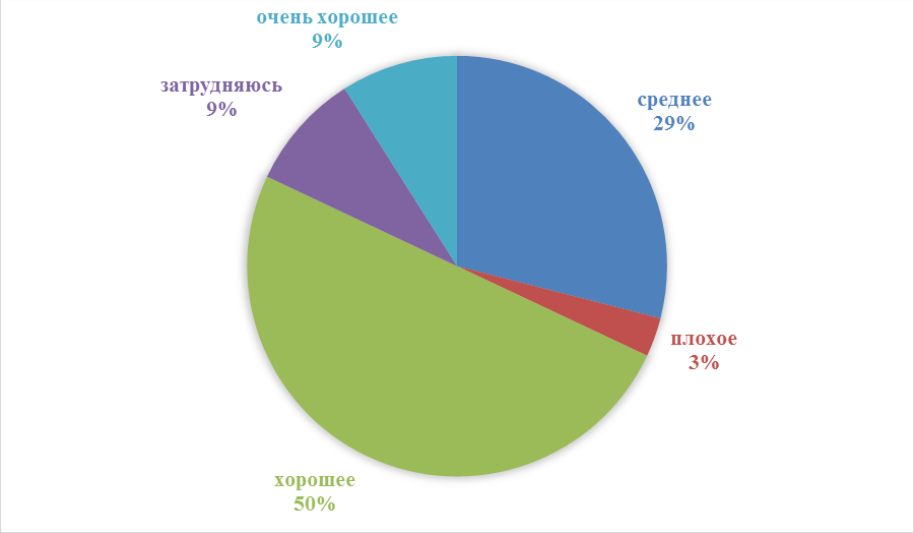


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Как Вы оцениваете финансовое состояние компании?»[3. С. 29]

Большая часть респондентов (50%) оценила финансовое состояние быстрорастущих компаний как хорошее, а 9% – как очень хорошее, и лишь 3% как плохое.

Представляет интерес распределение ответов на вопрос «При планировании перспектив развития компании учитывается ли возможность использования любых форм государственной поддержки?»(в % к числу опрошенных компаний) (рис. 2).

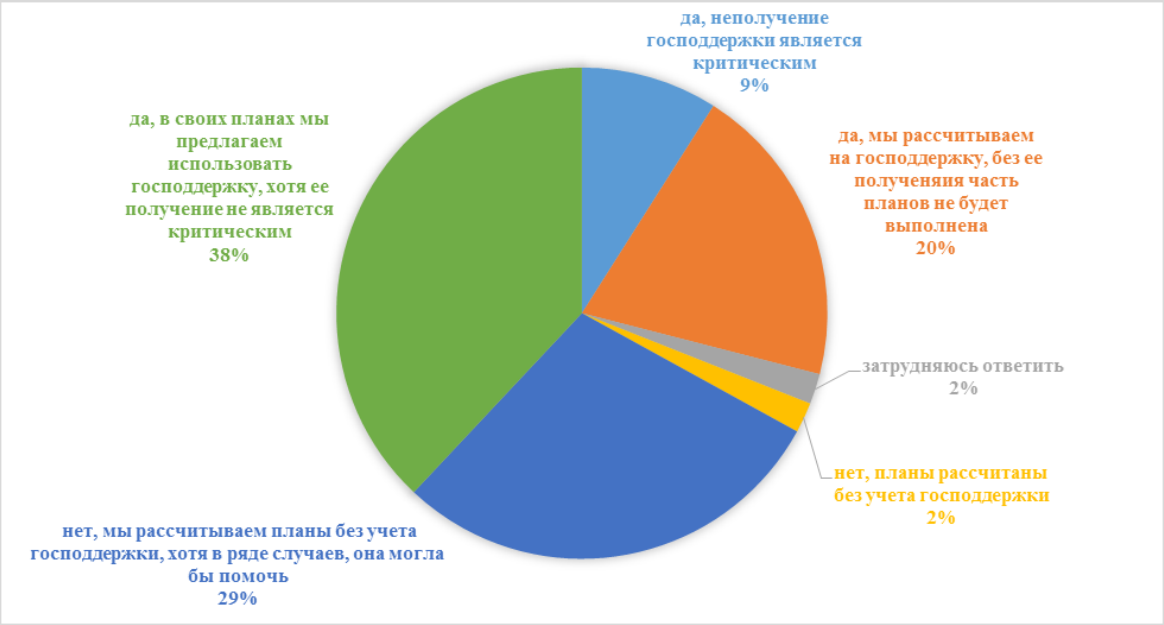


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «При планировании перспектив развития компании учитывается ли возможность использования форма государственной поддержки?» [3. С. 31]

По результатам опроса видно, что для значительного большинства компаний господдержка имеет вспомогательное значение.

Вывод. Несмотря на тот факт, что финансовое состояние большинства опрошенных быстрорастущих компаний является хорошим, значительное большинство компаний не рассчитывают на государственную поддержку – для развития быстрорастущих инновационных компаний необходимы стратегические инвесторы, квалифицированный персонал, выход на внешнеэкономическую рынок, расширение практики венчурных инвестиций и в решение таких задач помощь государства неоценима и важна.

Список литературы

1. Europe INNOVA. Gazelles High-Growth Companies. Final report. [Task 4]. Authored by Birch D.L. Job Creation America. How Our Smallest Companies Put the Kay Mitusch, Antje Schimke. 2010. 31 December.

2. Высокоэффективные компании: ускорение роста конкурентоспособности канадских компаний // Исследование Банка делового развития Канады (BDC) [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/inter/mg/2015_hif_r.pdf (дата обращения 04.01.2017).

3. От «Техуспеха к национальным чемпионам». Национальный рейтинг российских быстрорастущих технологических компаний «ТехУспех-2016». М.: РБК, 2016. 152 с.

4. FAST500: Самые быстрорастущие компании Вьетнама. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://asiavector.ru/analytics/2245/ (дата обращения 04.01.2017).

5. *Медовников Д.С., Оганесян Т.К.* Кандидаты в чемпионы: средние быстрорастущие компании и программы их поддержки// Экономический портал. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://institutiones.com/innovations/2903-kandidaty-v-chempiony.html (дата обращения 04.01.2017).

6. *Юденко М.Н., Леонтьев А.А.* Институциональные проблемы малого предпринимательства в строительстве // Экономика строительства. 2017. №1.

7. *Долгин А.Н.* Феномен компаний «газелей» в мире и в России // Вестник Челябинского гос. университета. 2014. №21(350). Экономика. Вып. 47. С. 184-191.

Раздел III
Клиентоориентированные бизнес-модели: модели устойчивого потребления и модели вовлечения потребителей

УДК 336.138

Аминова Азиза Норовна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

УПРАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬЮ И ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ МАРКЕТИНГА, ОСНОВАННОГО НА СТОИМОСТНЫХ ПОКАЗАТЕЛЯХ

Аннотация. Данная статья посвящена вопросам управления результативностью и эффективностью маркетинговой деятельности компании. В основу исследования положена идея максимизации акционерной стоимости компании и концепция системы сбалансированных показателей. Раскрыта проблема вычленения непосредственного вклада, который вносит маркетинг в общие результаты деятельности компании.

Ключевые слова: оценка качества маркетинга, результативность, эффективность, система сбалансированных показателей, анализ акционерной стоимости.

Aminova Aziza, N.
Saint-Petersburg State University of Economics

MANAGING OF MARKETING PERFORMANCE AND EFFECTIVENESS BASED ON VALUE

Abstract. The article is devoted to the issues of management the performance and the effectiveness of marketing. The research is based on the idea of maximizing the company's shareholder value and the concept of a balanced scorecard. The problem of isolating the direct contribution that marketing brings to the company.

Keywords: estimation of marketing quality, performance, effectiveness, the balanced scorecard, shareholder value analysis.

Сегодня в информационную эпоху, если компания хочет не только выживать, но и преуспевать, то она должна обладать прежде всего качественной системой менеджмента, которая строиться умении руководства направлять усилия организации в перспективные области.

Руководство компании ответственно в том числе и за оценку качества маркетинговой деятельности на стратегическом, операционном и тактическом уровнях. В связи с этим, менеджеры сталкиваются с некоторыми проблемами, такими как: оценка эффективности и результативности, а также выделение непосредственных результатов, полученных от маркетинговой активности, из общего коли-

© Аминова А.Н., 2017.

чества факторов создания стоимости. Прежде чем перейти к системе управления маркетингом, определимся с понятиями: эффективность и результативность.

Д.э.н., заведующая кафедрой маркетинга фирмы НИУ ВШЭ О.К. Ойнер в книге «Управление результативностью маркетинга» выделяет понятия effectiveness и effeciency для оценки эффективности и performance для оценки результативности. Под понятием эффективности подразумевается соотношение в стоимостном исчислении реальных или прогнозируемых непосредственных эффектов от конкретной маркетинговой деятельности к совокупности затрат на осуществление данной маркетинговой активности. Результативность, как более узкое понятие, подразумевает оценку достижимости конкретного результата от маркетинговой деятельности без взаимного согласования этого результата с другими результатами и без сопоставления этого результата с израсходованными затратами на осуществление этой деятельность.

Нами были предложены авторские определения понятий: результативность (performance) – степень получения требуемого результата, маркетинговая эффективность (marketing effectiveness) – соотношение эффектов от конкретной маркетинговой деятельности к затратам на осуществление этой маркетинговой деятельности [1].

Большинство предпринимателей для оценки успешности бизнеса чаще всего используют финансовые показатели, например, прибыль. В свою очередь представители маркетинговых служб для оценки маркетинговой деятельности используют нефинансовые или интегральные показатели (доля, осведомленность, лояльность потребителей, ROMI и пр.).

Сами по себе чисто финансовые показатели не дают полного представления о компании в долгосрочном периоде. Одни только финансовые показатели не отражают все сферы деятельности компании. А чрезмерный акцент на достижение и сохранение краткосрочных финансовых результатов может привести к излишним инвестициям в краткосрочный период [3. С. 29].

Традиционные показатели (доля рынка, лояльность, прирост продаж, ROI и пр.) не могут стать универсальной интегральной оценкой результативности и тем более эффективности, которая будет одинаково понятной как для самих маркетологов, управляющих и для владельцев.

И, несмотря на это, мы считаем, что оценивать и контролировать эффективность и результативность можно и нужно. Методы оценки результативности в информационную эпоху продвинулись вперед благодаря современным технологиям по сбору и обработки данных. Что касается оценки эффективности маркетинговой деятельности, то для этого необходимо из всех полученных эффектов выделить только те, которые стали следствием маркетинговой активности компании, и одновременно определить размер маркетинговых затрат из всех расходов, которые понесли все подразделения компании. в случае если полученный эффект был создан в результате совместной деятельности нескольких отделов, то нужно определить процентный вклад каждого отдела компании. Определить экономический эффект лучше всего в стоимостных показателях, выполнив соответствующие расчеты, надо сопоставить экономический эффект от маркетинговой деятельности с понесенными затратами на получение данного эффекта.

Важно учитывать соразмерность роста прибыли с объемом инвестиций, вложенных на приращение первой, иными словами, сколько принес каждый вложенный рубль дополнительного денежного потока. Компании процветают тогда, когда создают реальную экономическую стоимость для своих владельцев, и создают они стоимость, когда вкладывают капитал с доходностью, превышающей затраты на его привлечение [4. С 101].

Для оценки результативности маркетинговой деятельности мы предлагаем использовать идею системы сбалансированных показателей. В начале 90-х годов Робертом Капланом и Дейвидом Нортоном впервые была инициирована система сбалансированных показателей (ССП). Основоположники концепции ССП сравнивают систему с приборной панелью пилота, тогда как Т. Амблер проводит аналогию с человеческим организмом: постоянный контроль за показателями деятельности компании – это как замер пульса человека. Мы считаем, что ССП – это прежде всего система взаимосвязанных показателей, контроль и выполнение которых дает синергетический эффект в достижении стратегических целей.

В реальной жизни на менеджеров валится лавина советов, предложений по тому, какими параметрами следует измерять качество работы. Попытки использовать разные показатели из разных направлений только путают и создают лишнюю работу для персонала [4. С. 69]. Чтобы избежать ошибок при разработке и внедрении системы управления результативностью маркетинговой деятельности, требуется придерживаться некоторых принципов:

1) Показатели, используемые для оценки маркетинговой деятельности должны быть связаны со стоимостными показателями компании.

2) Показатели должны быть нацелены на долгосрочный период и отражать прирост стоимости за счет различных маркетинговых факторов.

3) Необходимо учитывать влияние маркетинговых решений на экономическую эффективность компании в целом, а также брать во внимание взаимосвязь между опережающими и запаздывающими показателями.

4) Устанавливать связь между стратегическим, тактическим и оперативным уровнями управления маркетингом.

5) Показатели должны быть согласованы между собой и поддаваться измерению. [5]. А также у компаний, желающих на деле создавать стоимость, целевые установки должны сочетать в себе четкую декларацию намерений с количественными нормативами создания стоимости [4. С. 108].

Для прогнозирования и для оценки эффективности деятельности компании мы предлагаем использовать модель акционерной стоимости.

Анализ акционерной стоимости компании (ААС) позволяет учесть способность менеджмента к управлению в меняющихся условиях рынка и вести компанию по пути долгосрочного процветания [2. С. 32]. Анализ акционерной стоимости основан не на получении прибыли, а на формирование дополнительных денежных потоков. ААС позволяет вычленять успешные стратегии, которые смогут сгенерировать дополнительные денежные потоки в будущем, а следовательно, увеличить стоимость компании.

С практической точки зрения, данный метод также хорошо подходит в качестве базы принятия управленческих решений. Анализ акционерной стои-

мости позволяет сравнить ценность альтернативных маркетинговых стратегий, то есть объективно оценивает, какая из стратегий с наибольшей вероятностью приведет к повышению рыночной стоимости компании.

Предложенные системы управления результативностью и эффективностью маркетинговой деятельностью позволяют получать следующие преимущества:

ССП – это перевод стратегических целей маркетинга в однозначные задачи и измеримые показатели;

ААС – это ориентир долгосрочного благосостояния как владельцев, так и всех заинтересованных сторон компании;

ССП – это улучшение внутриорганизационного климата среди сотрудников и повышение общего понимания маркетинговой стратегии компании как существенного компонента стратегии бизнеса.

Интегрированная система ССП и ААС позволяет интегрировать показатели качества маркетинговой деятельности в систему корпоративных финансов и перевести коммуникацию маркетологов, владельцев и управляющих бизнеса в одну, понятную всем, плоскость. Это эффективный способ для планирования будущих бюджетов, обоснования целесообразности инвестирования.

Список литературы

1. *Аминова А.Н.* Оценка результативности и эффективности маркетинговой деятельности на стратегическом уровне управления // Маркетинг в России и за рубежом. №2. 2017.

2. *Дойль П.* Маркетинг, ориентированный на стоимость. / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2001. 480 с.

3. *Каплан, Р., Нортон, Д.* Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Пер. с англ. М.: Олимп-Бизнес, 2006.

4. *Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Дж.* Стоимость компаний: оценка и управление / Пер. с англ. М.: Олимп-Бизнес, 2005. 576 с.

5. *Никифорова С.В., Аминова А.Н.* Концепция маркетингового правления (marketing governance) в системе управления эффективностью маркетинговой деятельности // Проблемы современной экономики. №4(60). 2016. С. 113.

6. *Ойнер О.К.* Управление результативностью маркетинга / 2-е изд., перераб. и доп.: Учебник для бакалавров и магистров / *О.К. Ойнер.* М.: Юрайт, 2015. 350 с.

УДК 339.138

Байков Вениамин Германович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ДОКАЗАТЕЛЬСТВО ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ КРАУДФАНДИНГА В КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЯХ

Аннотация. Современный потребитель все чаще готов сотрудничать с компаниями-производителями для повышения потребительской ценности новых товаров. Для этого становится необходимым применение таких маркетинговых систем, которые обеспечивали бы

© Байков В.Г., 2017.

долгосрочные и взаимовыгодные отношения с различными клиентами. Для этого могут применяться различные клиентоориентированные бизнес-модели. Одним из элементов этих моделей являются CRM-системы, широко применяемые, в частности, в маркетинговой деятельности компаний.

В статье проанализированы некоторые элементы современного Интернет-маркетинга, используемые в клиентоориентированных бизнес-моделях. Для соответствия современному уровню активности клиентов предлагается применение такого инструмента маркетинга, как краудфандинг, и приводится новый метод оценки эффективности маркетинга на краудфандинговых площадках.

Ключевые слова: краудфандинг, клиентоориентированные бизнес-модели, CRM-системы, инструменты маркетинга, Интернет-маркетинг.

Baykov Veniamin, G.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE PROOF OF EFFICIENCY OF CRAUDFANDING APPLICATION IN CLIENT-ORIENTED BUSINESS MODELS

Abstract. Modern consumers are increasingly willing to cooperate with manufacturing companies to increase the consumer value of new products. For this, it becomes necessary to use such marketing systems that would ensure long-term and mutually beneficial relations with various clients. Different client-oriented business models are used for that purpose. CRM-systems, as a part of those models, are widely used in companies marketing activity.

In the article some elements of modern Internet marketing, which are used in client-oriented business models, are analyzed. In order to meet the current level of customers activity it's suggested to use such marketing tool known as crowdfunding. The method of assessing the marketing efficiency on crowdfunding-sites is also stated in the article.

Keywords: crowdfunding, client-oriented business models, CRM-systems, marketing tools, Internet marketing.

В современной экономической среде активное взаимодействие с потребителями является ключевым фактором успешной рыночной деятельности любой компании. Уже недостаточно только производить товары высокого качества. Компании также стремятся к формированию лояльности клиентов к бренду и созданию положительного имиджа фирмы. Немаловажную роль в этом играет установление долгосрочных отношений с потребителями.

О подобных процессах и изменениях в деятельности компаний писали такие авторы, как Котлер Ф., Келлер К. Л. [2], Митчелл Д. [4], Гренроос К. [6], Петти К. [3], Джаткинс Р. [3] и др. Многие из них отмечали значимость взаимодействия фирмы со своими клиентами для повышения эффективности рыночной деятельности компании. К числу этих клиентов можно отнести как конечных потребителей, так и различных посредников, поставщиков и т.д. Результатом взаимодействия с ними должно являться формирование и расширение взаимовыгодных отношений. У потребителей, например, это может выражаться в росте лояльности к бренду компании, повышении заинтересованности в участии в разработке новых товаров. Поэтому становится важным обеспечивать качественно высокий уровень взаимодействия с различными клиентами. Для этого и были разработаны различные клиентоориентированные бизнес-модели.

Среди них можно выделить несколько различных инструментов, применяемых современными компаниями:

- CRM (Customer Relations Management) – управление отношениями с клиентами (внутренними и внешними);
- HRM (Human Resources Management) – управление отношениями с сотрудниками компании;
- PRM (Partner Resources Management) - управление отношениями с партнерами компании;
- SRM (Stakeholder Relationship Management) – управление отношениями с акционерами.

Далее отдельное внимание уделяется именно CRM-системам. По своему содержанию CRM – это стратегия, включающая в себя сбор данных о потребителях на различных этапах взаимодействия с ними для последующего формирования новых способов построения взаимовыгодных отношений с клиентами. Для этого применяются различные передовые технологии, включая программное обеспечение и базы данных. При этом некоторые авторы не считают CRM-системы и клиентоориентированность компаний тождественными понятиями. Например, предлагается понимать под CRM-системой только прикладное программное обеспечение, выполняющее функции по сбору и систематизации данных клиентов, а клиентоориентированную модель бизнеса как «внутреннюю философию» компании [1]. В этом случае CRM-системы являются одним из элементов клиентоориентированного маркетинга, способствующим повышению лояльности потребителей и удовлетворению их потребностей.

Стоит учитывать, что не все CRM-системы могут обеспечивать оперативное взаимодействие с потребителями. Этот процесс, как правило, выполняют сотрудники компании лично. При этом дополнительно тратится время на поиск информации в базе данных CRM-системы, на её использование и контакт с потребителями.

Различные современные средства связи и инструменты Интернет-маркетинга упрощают и ускоряют этот процесс. К ним относятся такие инструменты маркетинга, как: поисковый маркетинг (SEM) и контекстная реклама в частности, маркетинг социальных сетей (SMM), аффилиативный маркетинг (Affiliate Marketing), вирусный маркетинг и т.д. К ним же можно отнести и краудфандинг.

Одной из особенностей краудфандинга, как элемента Интернет-среды, является возможность персонализации предложения под потребности разных потребителей. Краудфандинг интегрирует в себе многие ранее указанные инструменты маркетинга и может являться дополнением к существующим CRM-системам. Если воспринимать последние в качестве баз данных и программного обеспечения, то краудфандинг является «выходом» накопленной информации на рынок. Сотрудники компании, отвечающие за взаимодействие с потребителями, могут оперативно обновлять данные о потребителях, когда к проекту краудфандинга присоединяются новые клиенты, привлекать уже имеющихся к проектам и информировать их о ходе разработок новых товаров. Так, данные с краудфандинговых площадок заносятся напрямую в CRM-системы и позволяют подстраивать пред-

ложение под каждого отдельного клиента, имея при этом прямой контакт с каждым из них. Возможен и обратный процесс, когда данные из CRM-системы используются для привлечения потребителей к краудфандингу нового проекта. Это увеличивает число потребителей, количество денежных поступлений и, потенциально, повышает потребительскую ценность новых товаров.

Дополнительно можно утверждать, что экономическую эффективность маркетинга на площадках краудфандинга можно оценить с большей точностью, чем эффект от других Интернет-инструментов, применяемых компанией. Так эффективность краудфандинга напрямую зависит от количества потребителей-спонсоров, поддержавших проект, что в свою очередь, зависит от эффективности маркетинговой деятельности фирмы. Докажем это утверждение.

Допустим, фирма желает выпустить на рынок высокотехнологичный товар. При этом потенциально фирма может привлечь до 3000 потребителей (далее потребители-спонсоры [5]) для краудфандинга своего проекта. Данный результат является наиболее приближенным к среднему значению числа участников для различных высокотехнологических товаров на подобных площадках. Определим, что ранее компания не прибегала к услугам общественного финансирования.

Далее применим для расчета эффективности кампании краудфандинга логистическое уравнение Ферхюльста или модель роста численности популяции:

$$P(t) = \frac{P_0 K e^{rt}}{K - P_0 + P_0 e^{rt}}, \qquad (1)$$

где P – численность популяции; 0 – начальная численность популяции; K – емкость экологической ниши; r – скорость роста популяции; t – время.

Адаптируя эту модель для маркетинга и краудфандинга в частности, значения меняют свою смысловую нагрузку. Параметр P отражает число потребителей-спонсоров краудфандинга нового товара; P_0 – число потребителей-спонсоров, принявших участие в кампании краудфандинга в первый день её проведения; а K – потенциальное и максимально возможное число потребителей-спонсоров, которых можно привлечь для участия в краудфандинге нового товара.

Из всех переменных только одна остается неизвестной – скорость роста популяции. Переменную r можно считать скоростью привлечения новых потребителей, на что непосредственно влияет маркетинг фирмы.

Для наглядности приведем два значения скорости привлечения потребителей, равные 0,06 и 0,2, что можно интерпретировать, как привлечение в день до 6% и 20% потребителей от потенциально возможного. Кампания краудфандинга традиционно длится 30 дней (актуально для зарубежных аналогов). Рассмотрим это на наглядном примере (рис. 1).

При низкой скорости (r = 0,06), на 30-й день кампании потенциальная численность участников составит около 900 потребителей. За аналогичный период времени при прочих равных значениях при r = 0,2 может быть привлечено около 2900 потребителей, что в данных условиях почти в три раза больше по сравнению с вариантом с низкой скоростью привлечения. Именно маркетинг определяет значение этой переменной скорости привлечения потребителей-спонсоров. Как следствие, неэффективная программа маркетинга может при-

вести к заниженным показателям параметра скорости привлечения потребителей-спонсоров, что, в свою очередь, приводит к низким результатам, а именно к отсутствию необходимых денежных средств для разработки нового товара, к потере времени и росту издержек. В это же время, грамотное привлечение потребителей способствует росту численности спонсоров и может обеспечить сбор средств, превышающих требуемый минимум. Для производства это означает, что появляются свободные ресурсы на модернизацию товара и предоставление дополнительных бонусов потребителям.

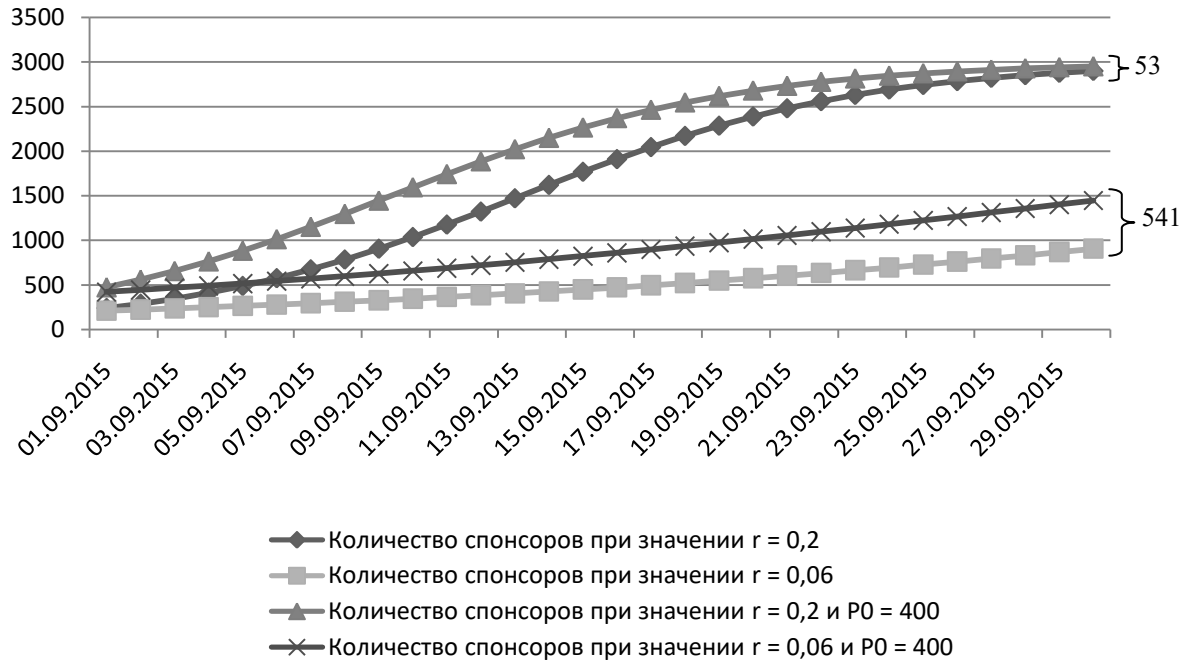


Рис. 1. Количество потребителей-спонсоров кампании краудфандинга при разных значениях скорости привлечения потребителей-спонсоров (r) в различных начальных условиях

Как подтверждение влияния маркетинга на скорость привлечения потребителей рассмотрим случай, когда у фирмы ранее было успешно завершено несколько проектов краудфандинга и при неизменном значении потенциально возможного числа потребителей-спонсоров = 3000 спонсоров, значение P_0 будет составлять уже 400 потребителей (рис. 1).

При этом стоит отметить разницу между значениями с равной скоростью привлечения потребителей-спонсоров (r) равной 0,06, но с различным значением начальной аудитории потребителей-спонсоров (P_0). При начальной разнице примерно в 200 участников проекта, в последний день это значение более чем удваивается. В это же время при скорости привлечения потребителей-спонсоров (r) равной 0,2, конечные значения практически не отличаются.

На рис. 1 видно, что при большем начальном числе спонсоров и даже при низкой скорости привлечения потребителей-спонсоров возможен высокий результат завершения кампании. Возможно фирма не получит достаточных де-

нежных средств для модернизации товара, но повысит шанс на окончание разработки и выпуска самого продукта на рынок.

Эффективность маркетинга (и краудфандинга как инструмента маркетинга) можно оценить благодаря значению скорости привлечения потребителей-спонсоров (r). Чем этот показательно выше, тем быстрее фирма привлекает к проекту потребителей-спонсоров и, следовательно, привлекается больше денежных средств. Благодаря возможности мониторинга числа участников проекта краудфандинга, можно оперативно оценивать эффект от маркетинговых акций компании.

Дополнительно эффективность можно определить на основе показателя начальной аудитории проекта (P_0). Эта группа потребителей может привлекаться благодаря данным, содержащимся в уже существующей CRM-системе компании. По-сути, это показатель лояльности потребителей к фирме. При этом компании не нужно тратить дополнительные средства на мониторинг и анализ полученных данных, многие площадки краудфандинга выполняют эти функции автоматически.

Таким образом, производитель может не только оценить эффект от маркетинга при продвижении новых товаров через площадки краудфандинга, но и оценить эффективность самого краудфандинга в целом. Количество и скорость привлекаемых потребителей-спонсоров напрямую влияют на конечную сумму, которую фирма соберет для реализации проекта. Также ускоряется процесс взаимодействия с новыми клиентами и с теми, чьи данные уже содержатся в базе данных CRM-системы. Это, в свою очередь, способствует упрощению построения долгосрочных отношений с клиентами и повышению качества производимых новых товаров или оказываемых услуг.

Список литературы

1. *Акимкин Д.Ю.* Клиентская модель бизнеса в розничном банкинге: CRM и не только: Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2012. №4(20). С. 116-121.

2. *Котлер Ф., Келлер К.Л.* Маркетинг менеджмент. 12-е изд. СПб.: Питер, 2006. 816 с.

3. Любанова Т.П., Зозуля Д.М. Интегрированная метрика комплекса инженерного маркетинга как инструмент повышения эффективности инженерной деятельности // Вестник ДГТУ. Т. 10. 2010. №4(47).

4. *Митчелл Дж.* Путь к сердцу клиента. СПб.: Питер, 2006. 224 с.

5. *Фирсанова О.В., Байков В.Г.* Маркетинговое обоснование новых ролей потребителей, возникающих в процессе разработки инновационных товаров // Научное обозрение. 2016. №18. С. 142-151.

6. *Christian Grönroos,* (1994). From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a Paradigm Shift in Marketing. Management Decision, Vol. 32 Iss: 2.

УДК 339.138

Буслаева Юлия Николаевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ГЛУБИНА И МНОГОАСПЕКТНОСТЬ ПОНЯТИЯ МАРКЕТИНГ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Аннотация. Концепция маркетинга впечатлений является актуальной темой для научного сообщества последние десятилетия. Она имеет глубокую основу – эволюцию потребительской ценности и переход на новую экономику (экономику впечатлений), а также важный стратегический потенциал для формирования устойчивой рыночной позиции компании.

Однако проанализировав степень изученности темы, автор приходит к выводу о недостаточно глубоком исследовании основополагающих аспектов маркетинга впечатлений, а также о необходимости расширения взглядов на его предметную сущность.

В данной работе автор рассматривает процесс возникновения впечатления с точки зрения психологических механизмов в сознании потребителя, раскрывает сложность предметного поля маркетинга впечатлений, а также демонстрирует его тесную связь с другими областями научного знания.

Ключевые слова: экономика впечатлений, бизнес, маркетинг впечатлений, потребительский опыт, маркетинг взаимоотношений, эмоционально-фокусированное взаимодействие, one-to-one маркетинг.

Buslaeva Julia, N.
Saint-Petersburg State University of Economics

DEPTH AND MULTIPLE ASPECTS OF THE CONCEPT EXPERIENTIAL MARKETING

Abstract. The concept of experiential marketing is an urgent topic for the scientific community in recent decades. It has a deep basis – the evolution of consumer value and the transition to a new economy (the experiential economy), as well as an important strategic potential for the formation of a stable market position of a company.

However, after analyzing the degree of study of the topic, the author makes the conclusion that the research of basic aspects of experiential marketing is insufficiently developed, same as the need of expend of subject-matter views.

In this paper, the author considers the process of impression formation from the point of view of psychological mechanisms in the mind of the consumer, reveals the complexity of the subject field of experiential marketing, and also demonstrates its close relationship with other areas of scientific knowledge.

Keywords: experiential economy, business, experiential marketing, consumer experience, relationship marketing, emotionally focused interaction, one-to-one marketing.

Смена веков и поколений порождает возникновение новой экономики, которая отражает и регулирует процессы, происходящие в обществе. Развитие экономики в первую очередь подразумевает смену основного экономического предложения. Такую эволюцию можно было проследить при переходе от аг-

© Буслаева Ю.Н., 2017.

рарной экономики к экономике промышленной, когда сырье как экономическое предложение было сменено товарами промышленного производства. С развитием промышленности и появлением массового производства, товары становились все доступнее, а цены на них ниже. Производство предлагало потребителям все более стандартизированные товары, и покупатели выбирали товар, преимущественно основываясь только на его стоимости и наличии, в результате чего главным инструментом в борьбе за потребителя представлялась ценовая конкуренция. Однако некоторые компании пошли по другому пути, предлагая к товарам новый элемент – услугу.

Потребительская ценность перешла в сферу обслуживания, положив начало новой экономике – экономике услуг. Чтобы избежать ловушки с уценкой, производители стали поставлять услуги, которые так или иначе связаны с продаваемым ими товаром. Услуги формируют более полные экономические предложения, которые лучше удовлетворяют потребности покупателей.

В настоящее время все тенденции, которые в свое время происходили на товарных рынках, сейчас мы можем наблюдать и на рынке услуг. Количество поставщиков услуг становится все больше и больше, предложение услуг становится все более стандартизированным, а их потребление – все доступнее. Потребители часто выбирают услуги исключительно по территориальному признаку и стоимости, которую поставщики охотно снижают в борьбе за потребителя. Ценовые методы конкуренции сегодня применяются очень активно – снижение цен, скидки, акции 1+1, групоны, акции выходного дня, семейные предложения и пр. – все это множество акций есть не что иное, как снижение стоимость услуг.

Становится очевидным, что потребительская ценность услуг снижается. Для дальнейшего развития экономического предложения необходимо что-то индивидуальное, что носит личностный характер, что позволит отличать потребление одной услуги от другой.

Суть происходящей миграции ценности легко понять на классическом примере чашки кофе. Кофейные зерна (сырье), необходимые для приготовления чашки кофе, стоят пару центов; смолотый и упакованный кофе, т.е. готовый товар – в среднем 10 центов (из расчета на чашку), а готовый кофе (в обжигающем пластиковом стаканчике) – уже полдоллара.

Однако тот же кофе в хорошем ресторане будет стоить уже пару долларов. А за кофе, поданный элегантным официантом в традиционной кофейне в центре вашего любимого европейского города, с вас возьмут $10, и вы охотно заплатите эти деньги за удовольствие выпить чашечку кофе в европейском кафе.

Предположим, что во всех случаях мы имеем дело с продуктом того же качества приготовления. За счет чего возникает дополнительная добавленная стоимость? Очевидно, она не в кофе – она в вас. Фактически, вы платите за приятные, порой незабываемые впечатления. В цепочке «сырье–товар–услуга–впечатление» доля добавленной стоимости шаг за шагом растет, и основная доля приходится именно на впечатление. Поэтому вполне правомерно говорить об *экономике впечатлений* как о новом феномене [1].

Впечатления – это четвертое экономическое предложение, которое так же разительно отличается от услуг, как услуги от товаров. Когда человек покупает

услугу, он покупает ряд действий, которые выполняются от его имени. Но когда он покупает впечатление, он платит за незабываемые минуты своей жизни, подготовленные компанией, т. е. за собственные чувства и ощущения [2].

То есть потребителю становится важно не столько, что он получает, сколько, как он это получает – какие эмоции и чувства испытывает в процессе потребления услуги или товара. Таким образом, компании, которые не хотят идти по регрессивному пути ценовой конкуренции, а стремятся к развитию и укреплению своей рыночной позиции, должны создавать для своих клиентов впечатления, которые становятся их основным экономическим предложением.

Отсюда возникает концепция *маркетинга впечатлений*. Многие авторы уже обратили свое внимание к этой теме, и сейчас существует значительное количество публикаций, посвященных маркетингу впечатлений. Анализ существующей литературы показал, что на сегодняшний день учеными и специалистами вполне ясно осознанна и не вызывает сомнений эволюция потребительской ценности в сторону впечатлений. Некоторые авторы изучая впечатления, выделяют различные области его формирования, например, Дж. Пайн видит такие как: развлечение, обучение, эстетика, отрыв от реальности. Генерируются шаги (этапы) по созданию впечатлений, а также приводятся различные классификации впечатлений. Так, например, Бернд Шмитт, внесший большой вклад в изучение формирования потребительского опыта, ощущений, впечатлений и использованию этих аспектов в маркетинге, приводит следующую классификацию впечатлений: Sense – впечатления, связанные с чувствами, Feel – впечатления, связанные с эмоциями, Think – впечатления, связанные с мышлением, Act – впечатления, связанные с действиями, Relate – впечатления, связанные с отношением [3]. Встречаются в литературе и доработанные варианты типологии Шмитта, представленные другими учеными.

Российская научная школа также изучает маркетинг впечатлений, находя его стратегически важным аспектом развития компании в современных рыночных условиях. Так, например, профессор Аренков И.А. отмечает роль digital-пространства для эффективного формирования впечатлений с минимальными затратами для компании [4]. Чеснокова М.С. видит изменение последовательности действий в цепочке взаимодействия покупателя и продавца под воздействием механизма маркетинга впечатлений: оценка товара происходит до его приобретения, а не наоборот, как в традиционном маркетинге товаров [5]. При этом большое количество других российских авторов под маркетингом впечатлений понимают исключительно инструмент коммуникации компании с потребителями, представляя маркетинг впечатлений как комбинацию event-маркетинга и шоу-маркетинга.

Очевидно, что задачей компании в эпоху экономики впечатлений становится формирование впечатлений для своих клиентов. Но чтобы эффективно управлять этим процессом, необходимо глубоко изучить само понятие впечатление – на чем оно базируется, из чего состоит, как формируется.

Под впечатлением понимают:

– след, оставленный в сознании, в душевной жизни чем-нибудь пережитым, воспринятым [6];

– влияние, воздействие чего-либо на сознание;

– сформулированная оценка такого воздействия [7].

Видно, что формирование впечатления связано с чувственно-эмоциональными процессами в сознании потребителя. Если мы проанализируем литературу по психологии, то увидим цепочку формирования впечатления, которая состоит из следующих механизмов: *ощущение* – восприятие, являющееся результатом воздействия объективного мира на органы чувств. Ощущения отражают свойства предмета или явления. Входя в состав образа какого-либо предмета или явления, существующего в действительности, они отражают свойства данного предмета или явления, присущие или приписываемые нашим сознанием ему. Ощущения относятся к соответствующему предмету или явлению, расположенному, как правило, вне нас. *Эмоции* в отличие от ощущений характеризуют не объективно, существующие вне нас предметы и явления, а наши собственные физические или психологические состояния. Иными словами, ощущения всегда имеют вполне определенную, предметную отнесенность, а эмоции такой отнесенности не имеют. Правда, иногда возникает впечатление, что эмоции вызваны воздействием какого-либо специфического предмета, реально происшедшим событием, объективно случившимся явлением, однако в действительности эмоции все же характеризуют не данный предмет, не событие и не явление, а наше собственное состояние, возникающее при его восприятии в связи с нашими собственными потребностями и интересами.

То есть по сути эмоции возникают в ответ на ощущения.

Эмоции бывают врожденные (связаны с удовлетворением биологических потребностей), а бывают приобретенные. Последние называют чувствами. На чувства влияет наш жизненный опыт и окружающая действительность. Они связаны с ассоциациями человека с определёнными предметами, ситуациями или людьми. Чувства ещё называют высшими эмоциями, а также вторичными, так как они формируются на основе простых эмоций.

Если жизненный опыт человека складывается таким образом, что ощущения и переживания, ассоциированные с теми или иными событиями, людьми и предметами, постоянно или часто подтверждаются, то соответствующие чувства закрепляются в психике человека и становятся частью его личности. Если же появление событий, людей или предметов порождает новые ощущения и переживания у человека, то его чувства могут изменяться. Таков основной механизм изменения чувств, и он основан на известных законах научения, формирования и изменения условнорефлекторных связей между элементами жизненного опыта [10].

Совокупность чувств – впечатлений и переживаний, которые человек получает в течение времени, формирует его *жизненный опыт*. Здесь возникает понятие маркетинга впечатлений как *эмпирического маркетинга* или experiential marketing, который рассказывает уже не только о впечатлениях как о мимолетных, коротких моментах (impression), а как о совокупности впечатлений, которые формируют жизненный опыт потребителя, т.е. запоминаются надолго (или навсегда), а также связаны с активным вовлечением потребителя в процесс создания этого опыта.

Маркетинг впечатлений создает впечатления, которые возникают в процессе выбора или эксплуатации (использования) товаров и услуг.

В этой связи актуально говорить о трех аспектах (предметных плоскостях) маркетинга впечатлений:

1. Маркетинг впечатлений выступает как инструмент коммуникации между товаром и потребителем, в которую встроено впечатление – то есть, по сути, он отвечает на вопрос: *как взаимодействовать*? И впечатление в данном случае лишь способ создать более эмоциональный контакт и создать более яркий потребительский опыт. И в этом случае маркетинг впечатлений представляется как объединение событийного маркетинга и маркетинга взаимоотношений.

Примерами инструментария здесь могут служить:

– организация ярких event-событий для взаимодействия с покупателями;

– создание особой атмосферы с помощью воздействия на все 5 органов чувств;

– экскурсии на производство;

– опытное тестирование продукции до его приобретения (тест-драйвы автомобилей);

– вовлечение в процесс создания товара или наблюдение за созданием (приготовление блюда в ресторане на глазах у клиента) и др.

2. Маркетинг впечатлений представляет в качестве товара впечатления, то есть отвечает на вопрос: *что предлагать потребителям*?

Здесь актуальны действия в направлении изучения потребностей клиентов, характеристик их поведения, мотивации, моделей потребительского поведения, переход от сегментирования и выявления потребностей среднего потребителя к персонализированному (one-to-one) маркетингу.

3. Маркетинг впечатлений выступает основным вектором движения, целеполаганием в деятельности компаний и отвечает на вопрос: для чего? Чтобы запоминаться, создавать прочные эмоциональные связи с потребителем.

Такой многоаспектный взгляд на маркетинг впечатлений позволяет увидеть необходимость глубокого изучения всех его составляющих, а также широту его применения и тесную взаимосвязь с другими научными дисциплинами как по горизонтали – маркетинг впечатлений находится на стыке наук (психология личности, маркетинг взаимодействия, внутренний маркетинг, управление персоналом, digital-технологии, one-to-one маркетинг), так и по вертикали (операционный менеджмент, стратегическое планирование, риск-менеджмент, стратегический менеджмент) – маркетинг впечатлений представляется как стратегический инструмент развития компании и формированию ее устойчивой позиции на новых меняющихся рынках.

Подводя итог вышесказанному, становится очевидно, что маркетинг впечатлений хоть и вызывает уже значительный интерес со стороны научного сообщества, но на сегодняшний день изучен еще очень мало. Требует глубокого изучения в контексте концепции маркетинга впечатлений психология личности, эмоционально-фокусированное взаимодействие, теория формирования привязанности, создание моделей доверия, а также положения маркетинга взаимодействия на промышленных рынках, принципы которого (адаптации к отноше-

ниям, инвестиции в адаптации) могут быть также актуальны, но с кардинальной перестановкой ролей компании и клиента.

Список литературы

1. *Сливотски А.* Миграция ценности. Что будет с вашим бизнесом послезавтра? М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006.
2. *Пайн Б. Дж., Гилмор Дж. Х.* Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. М.: Вильямс, 2005.
3. *Bernd H. Schmitt.* Experiential marketing: how to get customers to sense, feel, think, act, and relate to your company and brands. THE FREE PRESS New York, 1999.
4. *Аренков И.А.* Маркетинг впечатлений. – [Электронный документ] – Международная научная конференция «Ломоносовские чтения 2016».
5. *Чеснокова М.С.* Современные инструменты маркетинга в новой экономике: маркетинг впечатлений // Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием. 2013. Вып. 1.
6. *Ожегов С.И.* Толковый словарь русского языка. М.: Русский язык, 1990.
7. Викисловарь (2017) – [Электронный ресурс] – www.ru.wiktionary.org.
8. *Реан А.* Психология личности. СПб.: Питер, 2016.
9. *Рубинштейн С.* Основы общей психологии. СПб.: Питер, 2000.
10. Общая психология (2017) – [Электронный ресурс]. www.all-psychology.ru.

УДК 339.138

Жукова Татьяна Николаевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ ОРГАНИЗАЦИИ С ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ СТОРОНАМИ

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы управления отношениями организации с заинтересованными сторонами. Отражено значение эффективного взаимодействия предприятия со стейкхолдерами для обеспечения его конкурентоспособности. Рассмотрены маркетинговые задачи, возникающие в процессе разработки стратегии предприятия с учетом интересов заинтересованных сторон. Предложена модель формирования стратегии предприятия, включающая принятие решений, касающихся взаимодействия со стейкхолдерами.

Ключевые слова: маркетинг отношений, стейкхолдеры, отношенческий подход, управление заинтересованными сторонами, стратегия предприятия.

Zhukova Tatiana, N.
Saint-Petersburg State University of Economics

MARKETING ASPECTS OF STRATEGIC MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION'S RELATIONSHIPS WITH STAKEHOLDERS

Abstract. The article examines the problems of managing the organization's relations with stakeholders. The author shows the importance of effective interaction of the enterprise with stakeholders in order to ensure its competitiveness and characterizes the marketing tasks arising in the

© Жукова Т.Н., 2017.

process of developing ancorporate strategy taking into account the interests of stakeholders. The article also offers a model for the formation of corporate strategy, including the adoption of decisions relating to interaction with stakeholders.

Keywords: relationship marketing, stakeholders, relation-based approach to creation of competitive advantage, stakeholder management, corporate strategy.

Важнейшей проблемой стратегического управления компанией в рыночной экономике является формирование конкурентных преимуществ. Поэтому способы и механизмы создания и обеспечения превосходства над конкурентами на протяжении многих десятилетий оказывались в центре внимания исследователей. В настоящее время существуют разные представления о том, как компании могут достигать конкурентных преимуществ, или, иначе, подходы к осуществлению конкурентных стратегий. Явлением относительно недавнего времени стало возникновение в стратегическом управлении так называемого отношенческого подхода, который имеет существенные отличия от наиболее распространенных концепций – рыночной и ресурсной [3. С. 107].

В качестве конкурентных преимуществ, создаваемых на основе отношенческого подхода, рассматриваются эффективные модели взаимодействия предприятия с потребителями, поставщиками, деловыми партнерами, работниками и другими заинтересованными сторонами, технологии совместного использования знаний и создания потребительской ценности, взаимодополняющие ресурсы. Ф. Котлер, характеризуя современные тенденции в конкурентной борьбе, констатирует, что на современном рынке конкурируют не столько компании, сколько деловые системы в целом [2. С. 36], подразумевая под деловыми системами цепочки взаимоотношений компании с субъектами внешней и внутренней среды, обеспечивающие реализацию бизнес-процессов, направленных на удовлетворение потребностей рынка.

Важную роль в формировании таких деловых систем играет маркетинг. Значение маркетинга при создании отношенческой модели бизнеса связано с тем, что современное предприятие должно поставлять на рынок не просто товар, а отличную от конкурентов концепцию значимых для потребителя способов удовлетворения его потребностей, в том числе и посредством выстраивания с ними взаимовыгодных взаимодействий. А это, в свою очередь, предполагает эффективное привлечение и использование внешних и внутренних ресурсов.

Однако нужно отметить и еще один момент: многие действия фирмы во внешней среде находятся в поле внимания общественности, деловых партнеров, реальных и потенциальных сотрудников, средств массовой информации и т.д., и ее корпоративная репутация зависит от характера ее взаимодействия со всеми, с кем она вступает в контакт. Приведенные в работе [5. С. 13] данные свидетельствуют о том, что компанию с высокими оценками репутации активнее выбирают местом трудоустройства, у нее лучше приобретают товары, ее с большей заинтересованностью рассматривают инвесторы, и ее предприятия чаще желают видеть в месте проживания. В то же время негативная информация, связанная с товарами или услугами компании, или сведения о ее недобросовестном поведении, появляющиеся в СМИ, значительно влияют, например, на восприятие предприятия как работодателя и усложняют поиск работников [1. С. 15].

Таким образом, предприятиям следует учитывать не только потребности клиентов, но и интересы ключевых стейкхолдеров (инвесторов, владельцев, подрядчиков, поставщиков, дистрибьюторов, общественности и т.д.). В связи с этим интересно обратиться к результатам анкетного опроса менеджеров 60 российских компаний, приведенного в работе [4]. Обычно в маркетинге считается, что наиболее важными стейкхолдерами компании являются потребители, поскольку они служат для предприятия источником дохода. Между тем многие менеджеры указывают на значительное влияние на деятельность их организаций других групп стейкхолдеров (табл. 1).

Таблица 1

Степень значимости для бизнеса различных групп стейкхолдеров

Стейкхолдеры	Оказывающие влияние (в процентах от числа респондентов)	Подверженные влиянию (в процентах от числа респондентов)
Сотрудники	96,6	94,8
Местное сообщество	82,8	77,6
Потребители	69,0	77,6
Поставщики и бизнес-партнеры	60,3	72,4
Собственники и инвесторы	51,7	48,3

Источники: [4], российские компании, 2013-2014 гг.

Такие результаты могут означать недооценку руководством компаний роли потребителей в успехе бизнеса, а также недостаточную требовательность российского рынка, однако свидетельствуют и о том, что устойчивость и конкурентоспособность предприятий зависит от умения руководства учитывать разнообразные интересы, связанные с функционированием компании.

Наиболее важные решения, которые могут быть связаны с взаимодействиями со стейкхолдерами (выбор рынков, формирование ключевых компетенций, определение пропорций в использовании внутренних и внешних ресурсов развития, инвестиционные инициативы, формирование корпоративного бренда, создание стратегических партнерств), принимаются на корпоративном уровне компании. При разработке стратегии развития компании на основе отношенческого подхода целесообразно выявить потребности и интересы заинтересованных сторон, оценить потенциал и наиболее важные сферы сотрудничества и возникновения противоречий (рис. 1).

В процессе проведении анализа внешней и внутренней среды предприятия важно, помимо традиционных направлений такого анализа, уделить внимание потенциальным источникам отношенческих конкурентных преимуществ в отрасли, а также выявить основные интересы, сконцентрированные вокруг деятельности компании. В рамках уточнения заинтересованных сторон предприятия определяется сложившаяся система отношений предприятия со стейк-

холдерами и достигнутые на ее основе экономические результаты и репутационный капитал. Анализируются возможности продолжения и развития взаимодействия с существующими стейкхолдерами. Выявляются потенциальные стейкхолдеры. Оцениваются состав и перспективы развития клиентского портфеля. Изучается отношение заинтересованных сторон к предприятию как к производителю товаров и услуг, работодателю, деловому партнеру, а также требования, предъявляемые к компании и его товарам и процессам деятельности. Устанавливаются потребности, мотивы, ожидания стейкхолдеров. Оценивается характер воздействия стейкхолдеров (позитивное, негативное) на предприятие, степень его воздействия (сильная, слабая), а также возможность со стороны предприятия влиять на данного стейкхолдера.

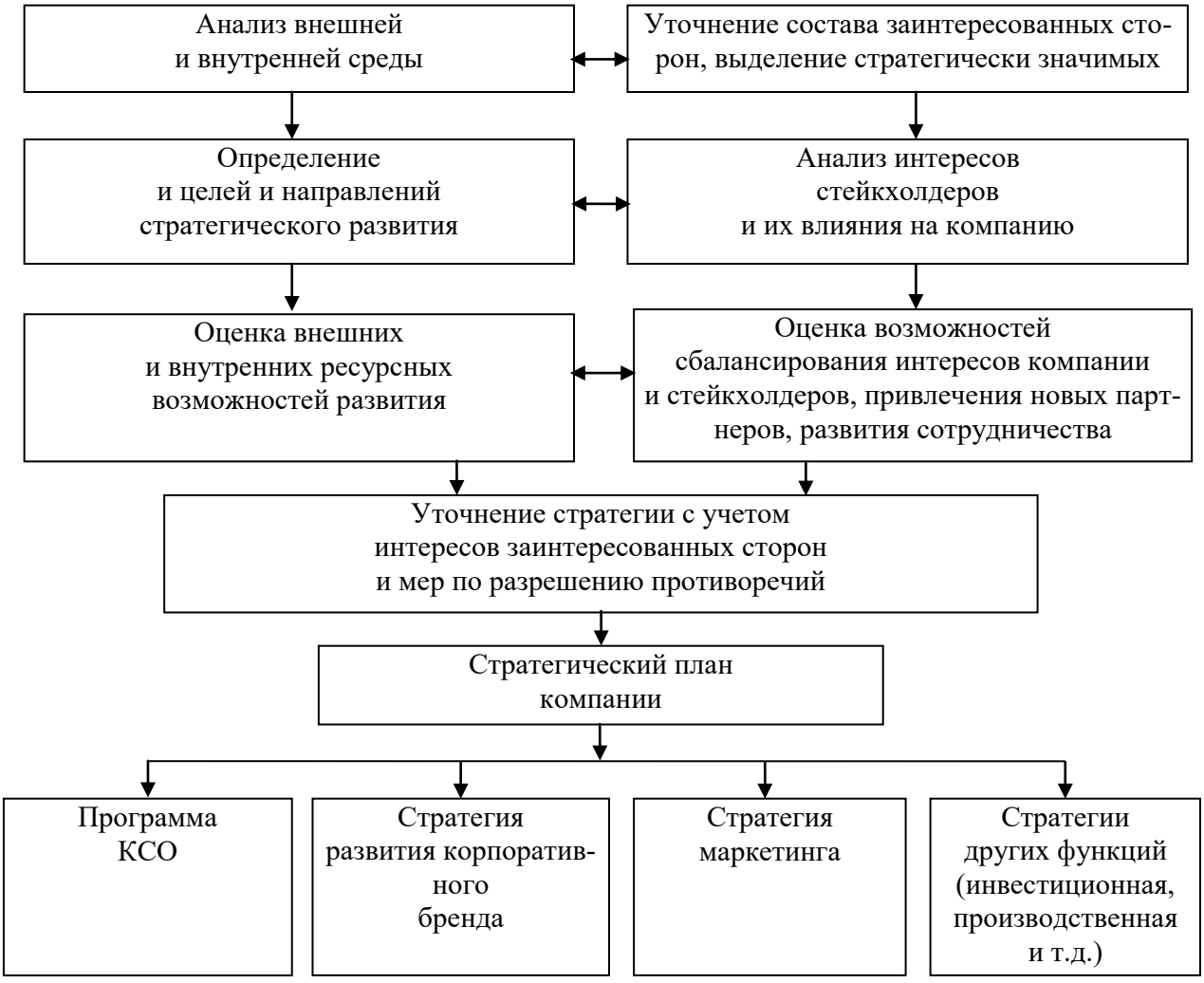


Рис. 1. Разработка стратегии компании на основе отношенческого подхода

При разработке корпоративной стратегии проводится оценка ресурсных возможностей предприятия для движения в намеченных направлениях. Рассматриваются внутренние и внешние ресурсы, которыми обладает компания или которые она сможет развить в перспективе, включая отношенческие акти-

вы. Оценивается возможность привлечения дополнительных ресурсов, в том числе посредством развития отношений со стратегически значимыми стейкхолдерами. При этом желательно проводить консультации с перспективными партнерами с точки зрения возможности заключения стратегических соглашений. На этой основе конкретизируются планы компании в части взаимодействия со стейкхолдерами, в том числе по организации стратегических партнерств и совместных проектов, в области государственно-частных партнерств и т.д. Разрабатываются планы по взаимодействию с аудиториями, которые оцениваются как потенциально противодействующие достижению целей данного предприятия. Формируются стандарты, процедуры и методы взаимодействия со стейкхолдерами и контрагентами, которые не относятся к стратегически значимым, а также методы выстраивания отношений с вновь возникающими контрагентами. Ставятся задачи по управлению отношениями со стейкхолдерами по функциональным областям компании. Определяются зоны ответственности сотрудников в каждой сфере («владельцы стейкхолдеров»).

На последних этапах осуществляется разработка взаимосвязанных планов, детализирующих корпоративную стратегию. Формируются программы корпоративной социальной ответственности с учетом стратегических целей предприятия и интересов заинтересованных сторон. Разрабатывается или уточняется стратегия позиционирования компании для разных целевых аудиторий. Разрабатываются и уточняются стратегии в области корпоративного брендинга. Формируются планы маркетинга, в том числе по развитию клиентского портфеля. Разрабатываются маркетинговые мероприятия, связанные с формированием положительного отношения к компании заинтересованных сторон. Разрабатываются функциональные планы, в которых предусматриваются действия в области поддержания и развития отношений с соответствующим кругом заинтересованных сторон.

Список литературы

1. *Жукова Т.Н., Чугунова Е.К.* Формирование системы брендов предприятия на основе взаимодействия корпоративного, товарного и HR-бренда // Практический маркетинг. 2016. №3(229). С. 15–22.

2. *Котлер Ф.* Маркетинг менеджмент. СПб: Питер, 2001. 752 с.

3. *Орехова С.В., Пряхин Г.Н., Леготин Ф.Я.* Системная модель формирования устойчивых конкурентных преимуществ фирмы // Вестник Челябинского государственного университета. Экономика. 2014. №18(347). С. 103–110.

4. *Третьяк О.А.* Корпоративная социальная ответственность российских компаний // Российский журнал менеджмента. 2015. №25. [Электронный ресурс]: http://www.marketing.spb.ru/mr/business/Corporate_Governance.htm (дата обращения 10.03.2016).

5. *Тэор Т.Р., Кулибанова В.В.* Влияние корпоративной репутации на важнейшие группы стейкхолдеров // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2013. №1(60). С. 12–18.

УДК 338.2

Конников Евгений Александрович
Погребова Ольга Анатольевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

МАРКЕТИНГ НЕКРОПРОИЗВОДСТВ

Аннотация. В статье авторами впервые вводит в научный оборот такое понятие как «некропроизводство», представляющее собой организацию производства на базе вышедших их строя или некондиционных ресурсов. В статье выделено семь основополагающих свойств некропроизводств, формирующих их сущностную основу. Также в статье указаны основные задачи, решаемые некропроизводствами, основной акцент сделан на анализ их возможной маркетинговой политики в разрезе элементов комплекса маркетинга. Сделан вывод о том, что важнейшая задача любого некропроизводства – минимизация как управленческих, так и маркетинговых расходов ввиду низкой нормы рентабельности.

Ключевые слова: производство, некропроизводство, маркетинг, маркетинговая политика, рециклинг.

Konnikov Evgeniy, A.
Pogrebova Olga, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

MARKETING OF NECRO-PRODUCTION

Abstract. In the article the authors introduce the concept of "necro-production", whichmeanstheorganizationofproductiononthebasisofout-of-orderorsubstandardresources. The article outlines even fundamental properties of necro-production forming its essential basis. The article outlines the main tasks to be solved by necro-production, the main focus lies in analyzing the characteristics of its' possible marketing policy in terms of the element soft marketing mix. It is concluded that the most important task of any necro-production is to minimize both managerial and marketing expenses in view of the low rate of profitability.

Keywords: production, necro-production, marketing, marketingmix, recycling.

По состоянию на конец 2016 года можно говорить о сохранившемся высоком уровне нестабильности в экономике России. Существовавшая ранее отрицательная динамика цены на нефть, а также ухудшение международных отношений спровоцировали существенное ослабление рубля и рост ключевой ставки, что в свою очередь привело к нестабильности в банковском секторе. За банковским сектором последовали различные отрасли промышленности, где начало наблюдаться ухудшение финансового состояния их участников. В секторе обрабатывающей промышленности это выражалось сокращением срочной ликвидности предприятий, ростом сомнительной дебиторской задолженности, сокращением всех показателей рентабельности и, в результате, потерей финансовой стабильности и банкротством многих предприятий. Банкротство предприятий обрабатывающей промышленности приводит к исчезновению определенного продукта с отечественного рынка. Следствием данного исчезновения

© Конников Е.А., Погребова О.А., 2017.

неизбежно становится разрушение рыночных связей, в которых был задействован данный продукт. Разрушение данных связей вынужденно приводит к перестроению секторов рынка путем создания новых связей, в которых участвует некий товар-заменитель. Товар-заменитель призван компенсировать отсутствие на рынке товаров, производимых предприятием-банкротом. Данная причинно-следственная связь является основой появления в современной экономике России так называемых «некропроизводств». Данный термин вводится авторами впервые. В статье представлены основные характеристики некропроизводств, особый упор сделан на их маркетинговую составляющую.

Некропроизводство представляет собой организацию производства на базе «вышедших их строя» или некондиционных ресурсов.

Среди неотъемлемых свойств некропроизводств можно выделить следующие:

1) Цена конечных изделий ниже, чем на обычных производствах, за счет низкой себестоимости, низких коммерческих, маркетинговых и управленческих расходов и низкой нормы рентабельности;
2) Неотъемлемое свойство ресурсов предприятия – наименьшая из возможных стоимость на рынке. Вероятно, они уже были употреблены, следовательно, либо изношены, либо являются отходами и остатками производства;
3) Минимизация затрат на ресурсы частично идет в разрез с законодательством (нелицензионный софт и т.д.), следовательно, характерно использование теневой экономики и коррупционных приемов коммуникации;
4) Трудовые ресурсы предприятия на уровне производства низкоквалифицированы и не востребованы на рынке руда (имеют судимости, отсутствует высшее образование). Система социального обеспечения труда отсутствует, условия труда поддерживаются на минимально необходимом уровне. Трудовые ресурсы на уровне управления совмещают несколько функций высококвалифицированных специалистов (инженеров, бухгалтеров и т.д.). Карьерный рост отсутствует;
5) Производство не предполагает под собой обновления основных фондов, развития и совершенствования материально-технической базы;
6) Структура капитала отличается превалированием собственных источников, так как заемные источники слишком дороги;
7) Рынок выпускаемых товаров уже давно существует (отрасль находится на стадии зрелости или спада жизненного цикла), следовательно, вложения в маркетинг незначительны. В частности, отсутствует инновационная политика и в принципе модификация производства, отсутствует система сертификации конечного продукта; максимально упрощены каналы сбыта.

Все вышесказанное является причиной короткого жизненного цикла предприятия, следовательно, инвестиционный горизонт планирования на предприятии не превышает 3 лет. В то же время, специфика ресурсного обеспечения обуславливает увеличение следующих видов риска: риск брака на производст-

ве, риск производственных травм, риск банкротства, риски, связанные с нарушением законодательства, маркетинговые риски.

- Некропроизводства решают следующие основные виды задач:
- Некропроизводство как система утилизации отходов (теория рециклинга);
- Некропроизводство как рынок недорогих товаров заменителей;
- Некропроизводство как рынок труда для невостребованных кадров;
- Некропроизводство как база утилизации производственных отходов.

Особенности маркетинга некропроизводств целесообразно рассмотреть по элементам комплекса маркетинга. Некропроизводство, как правило, создается под конкретный спрос и существует либо до момента полного истощения ресурсной базы, либо до полного удовлетворения спроса. Следовательно, комплекс маркетинга в отношении некропроизводств можно охарактеризовать следующим образом:

1) Товарная политика характеризуется незначительным ассортиментом, созданным опять же под конкретный спрос. Марочная политика в части упаковки ограничивается функциями сохранения свойств и защиты товара и минимальной информационной функцией;
2) Ценовая политика характеризуется максимальным занижением добавленной стоимости, что в сочетании с низкой себестоимостью позволяет производить демпинг. При этом демпинг незначительно влияет на конкурентов, так как некропроизводство не может занимать значительную долю рынка. Это обусловлено тем, что увеличение производства неизбежно приводит к росту производственных рисков, что приводит к лавинообразному возрастанию совокупного риска в связи со спецификой ресурсного обеспечения;
3) Сбытовая политика характеризуется крайне упрощенными, часто прямыми каналами сбыта. Компании нецелесообразно инвестировать в каналы сбыта. Следовательно, наибольшую часть логистических расходов компания перекладывает на потребителя;
4) Коммуникативная политика также характеризуется незначительными инвестициями в каналы продвижения. Предпочтение отдается бесплатным или недорогим каналам продвижения, и только в случае их необходимости (например, сайт на бесплатном хостинге, устаревший формат ведения страниц в социальных сетях, направленные холодные звонки).

Можно выделить следующие направления исследований, наиболее целесообразные в рамках планирования и организации некропроизводств:

1) Риск-анализ. Основными инструментами анализа будет нечетко-множественный анализ и имитационное моделирование, так как инвестиционный горизонт некропроизводств незначителен.
2) Операционное планирование и моделирование (операционный менеджмент). Производственный процесс должен быть максимально упрощен. Следовательно, все операции необходимо максимально конкретизировать.

3) Конструкторско-технологическое обеспечение производства. Так как кадровая специфика не позволяет компании привлекать квалифицированные инженерные кадры, сам процесс инжиниринга должен быть максимально утилитарным.

В качестве заключения хотелось бы отметить, что понятие некропроизводства только вводится авторами в научный оборот, при этом сразу необходимо рассмотреть организацию некропроизводства с точки зрения его маркетинговой составляющей. В целом, низкая норма рентабельности некропроиводств вынуждает компании экономить расходы на маркетинговую политику, что находит свое отражение во всех составляющих комплекса маркетинга: инновационно-модернизационная политика не проводится, ценовая политика характеризуется максимальным занижением добавленной стоимости и даже демпингом, каналы сбыта максимально упрощены, в коммуникативной политике предпочтение отдается бесплатным или минимальным по стоимости каналам продвижения.

Список литературы

1. *Алексеев А.А., Карлик А.Е., Махатадзе Л.П.* Развитие региональной системы управления отходами: опыт проекта SE500 // Экономика и управление. 2013. №4(90). С. 12-18.

2. *Аренков И.А., Наумов В.Н., Середохо В.А., Юлдашева О.У.* Маркетинг и управление потребительской ценностью. Учебник для слушателей программ МВА. СПб.: СПбГЭУ, 2013.

3. *Белостоцкая А.А., Забелин Б.Ф., Конников Е.А.* Совершенствование системы инвестирования в реальный сектор экономики // Экономика и предпринимательство. 2016. №1-2(66-2). С. 218-222.

4. *Забелин Б.Ф., Конников Е.А.* Адаптивность производственных систем //Вестник научных конференций. 2016. №2-2(6). С. 53-56.

5. *Конников Е.А., Барсков В.В.* Цель Российской промышленности и результаты ее достижения на современном этапе // Экономика и предпринимательство. 2015. №11-2(64-2). С. 167-170.

6. *Юлдашева О.У.* Промышленный маркетинг: Учеб. пособие / СПб.: СПбГУЭФ, 1998.

УДК 339.13.024

Куприк Надежда Ивановна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

К ВОПРОСУ ПРИМЕНЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ ТЕОРИИ ПОКОЛЕНИЙ ДЛЯ АНАЛИЗА ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РАДИКАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные направления разработки радикальных технологий NBIC-конвергенций, особенности смены маркетингового ландшафта и концепции брендинга с учетом теории поколений. Представлены методы изучения поведения потенциальных потребителей радикальных технологий.

Ключевые слова: поведение потребителей, теория поколений, брендинг, радикальные технологии, NBIC-технологии.

© Куприк Н.И., 2017.

Kuprik Nadezhda, I.
Saint-Petersburg State University of Economics

ON THE QUESTION OF APPLICATION THE GENERATION THEORY FOR THE ANALYSIS OF POTENTIAL CONSUMERS OF RADICAL TECHNOLOGIES

Abstract. The purpose of article – to review the directions of developing the technologies of NBIC-convergence, features of changing the marketing landscape and branding concept in framework on the generation theory. Represented the methods of studying the behavior of potential consumers of radical technologies.

Keywords: consumer behavior, the generation theory, branding, radical technologies, NBIC-technologies.

Глобализация торговли и широкое распространение информационных технологий усиливают рост международной конкуренции, что стимулирует большинство стран поддерживать экономический рост, в том числе и за счет развития научно-технических инноваций. Для развития уровня конкурентоспособности стран необходимо учитывать мировые тенденции развития научно – технического потенциала стран.

Тренды инновационных разработок заключаются в их мультидисциплинарности и определяются технологическим укладом, господствующем в стране. В последние годы можно наблюдать стремительное сближение технологий, которые образуют новую конвергенцию «NBIC» -технологий (NBIC – «nano-, bio, info-, cogno-» с англ. «нано-», «био-», «инфо-», «когно-» технологии) [0]. Развитие таких технологий направляет экономику стран к переходу к VI-технологическому укладу, где формируются новые рынки радикальных технологий. Примеры NBIC – технологий приведены в табл. 1. Текущий технологический уклад является источником первоначальных интеллектуальных исследований и материальной базы для внедрения новых технологий [0].

Конвергенция NBIC-технологий набирает обороты, в связи с чем существенно меняются инструменты и цели маркетинга. Первыми сложными задачами становятся:

а) Какой группе потенциальных потребителей будут интересны тренды новых радикальных технологий?

б) В виде какого товара или услуги будет выгоднее всего для потребителя и производителя внедрить новую технологию?

в) Как сформировать спрос на товар, которого не существовало раньше и пользователь не имеет представления о подобной технологии?

Конвергенция NBIC-технологий, наряду с увеличением доступности цифровой информации и технических возможностей, изменяет парадигму развития маркетинга. Появился маркетинг, ориентированный на работу большие данные (Big Data), маркетинг взаимоотношений с клиентами, управление стоимостью клиента, управление рентабельностью инвестиций в привлечение клиентов и управление клиентским опытом [0]. Также остается открытый вопрос о регулировании потребления природных ресурсов: население земли увеличива-

ется, большинство природных ресурсов не возобновляется. Разработка новых радикальных технологий должна стимулировать изменения стиля потребления будущих поколений. Стилю потребления можно обучать и это обучение сможет дать эффективные результаты, если будут учитываться особенности и ценности поколений людей. Важно отметить, существенное изменение маркетингового ландшафта происходит под влиянием смены поколений людей, которые обладают особенностями потребительского поведения и различными ценностями. Для изучения поведения потребителей ученые предлагают использовать перспективную концепцию теории поколений [0].

Таблица 1

Направления разработки и примеры использования NBIC-технологий

Направление разработки NBIC-технологий			
Нанотехнологии	Биотехнологии	Информационные технологии	Когнитивные технологии
Примеры использования NBIC-технологий			
• наноматериалы и наноструктурированные покрытия; • наномедицина; • нанохимия; • наноэлектроника, • оптические нанометериалы; • наносистемная техника; • нанооборудование и т.д.	• биомедицинская инженерия; • биоинформатика; • наномедицина; • биотехнологические лекарственные средства; • биофармокология; • бионика; • генная инженерия; • клонирование; • трансгенные растения животные и т.д.	• многоуровневое компьютерное моделирование и конструирование; • технологии вычислительных «облаков»; • машинное обучение и технологии работы с большими данными информации; • печать на 3D-принтере органов для пересадки человеку и т.д.	• нейрофизиология; • разработки искусственного интеллекта; • нейронауки; • новые гуманитарные технологии; • технологии дополненной реальности; • технологии с интерфейсом машинного мозга; • технологии виртуальной стимуляции человеческого мозга и т.д.

Теория поколений была разработана экономистом и демографом Нейлом Хоувом и историком Вильямом Штраусом и получила свое распространение в 1991 году после выхода книги «Поколения. История будущего Америки, 1584 to 2069» (Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069). Всего было описано 26 поколений людей. В своих исследованиях авторы теории поколений обнаружили цикличность, а именно выявлено, что в интервале примерно 20 лет возникает новое поколение со своими ценностями, и подрастающее поколение имеет образ жизни и поведение не такие, как имели их родители в таком же

возрасте. Ценности у людей формируются к 11-12 годам под влиянием исторических событий (военные действия, экономический или продовольственный кризис, полет человека в космос, распространение информационных технологий и др.) Ценности не меняются в течение жизни и влияют на все — на взгляды на мир, отношение к работе, стиль потребления. В разных странах границы поколений часто не совпадают из-за экономических и культурных особенностей. Компания Sherpa S Pro адаптировала теорию поколений для российских реалий [0] . Пример адаптации теории поколений представлена в табл. 2.

Таблица 2

Российская адаптация теории поколений

Поколение	Годы рождения	
	Теория поколений Штрауса-Хоува	Российская адаптация
Поколения GI	1901-1924	1900-1923
Молчаливое поколение	1925-1942	1923-1943
Бэби-бумеры	1943-1960	1943-1963
Поколение X	1961-1981	1963-1984
Поколение Y (миллениумы)	1982-2004	1984-2000
Поколение Z	2005 – настоящее время	2000 – настоящее время

На ближайшие 20-30 лет целевыми потребителями будут люди, которые относятся к поколению Y и Z. Цикличность поколений имеет свои интервалы, которые не на много отличаются в разных странах. Исследователи также выделяют пограничные зоны — это период плюс-минус три года от «официальной» даты появления нового поколения. Людям, родившимся в этой зоне, близки ценности обоих поколений, что дает им большую гибкость и приспособляемость [0].

Цикличность поколений совпадает с цикличностью технологических укладов и цикличностью экономического роста. Это говорит о том, что мы можем прогнозировать интервалы возникновения новых технологических укладов, возникновения новых поколений людей и как следствие предусмотрительно влиять на потребительское поведение подрастающего поколения. Изучение поведение потребителей и их ценностей позволит нам формировать предложение о потреблении радикальных технологий. Для ввода радикальных технологий в потребление нужно внедрить их в конкретные товары и услуги на рынок, где важными факторами являются информация и скорость принятия решений игроков рынка.

Возникает потребность в адаптации классических инструментов и методов маркетинга, а также в формировании новых инструментов маркетинга, которые подходят наилучшим образом для идентификации, вывода и продвижения брендов товаров и услуг радикальных NBIC-технологий. Брендинг таких

товаров способствует быстрому распространению информации о новых технологиях, способствует обучению потребления таких технологий, запуску массовых продаж.

Необходимо адаптировать брендинг радикальных технологий для потребителей поколения Y и Z. Каким должен быть брендинг для этих поколений? Вильям Ирвин Томпсон сказал: «В мире информационной перегрузки оцепеневшие граждане больше не читают и не думают, они смотрят и чувствуют» [0]. Уже сейчас можно утверждать, что миллениумы больше, чем любые другие поколения, используют «технологии на кончиках пальцев» (смартфоны, планшеты, и прочее «touch screen» оборудование), молодежь полагается на мнение друг на друга при принятии решений. Их общение происходит социальных сетях интернета (Vkontakte, Facebook, Instagram, Twitter и т.д.). Способами выражения мнения и эмоций стали «лайки», «репосты» и «комментарии», которые имеют для них важное значение. При помощи этих «инструментов» они высказывают свое мнение и судят о тех или иных вещах [0].

Для изучения особенностей потребления, образа жизни, восприятия информации и ценностей поколения Y и Z необходимо адаптировать подходы классических методов исследования. Исследования должны проводиться через естественные инструменты для этого поколения людей. Среда исследований должна быть менее формальной и естественной. А некоторые маркетологи заимствуют методы исследования из антропологии и социологии, что позволяет узнать, как потребители используют продукты в естественной среде, с какими сложностями они сталкиваются и как находят способы решения проблем.

Методы исследования можно разделить на три основных методологических подхода: наблюдения, интервью и опросы, эксперименты.

В ходе наблюдений и экспериментов специалисты по маркетингу могут следить за подсознательными реакциями, который могут быть скрыты от интервьюера по субъективным причинам. Это наиболее дешевые способы исследования.

Интервью и опросы – самые дорогостоящие методы исследования и часто сопровождаются субъективными факторами, которые вносят помехи в исследование. Однако интернет-опросы позволяют провести исследование большей выборки, где пользователь остается в комфортных условиях наедине с самим собой. Это метод набирает обороты. Также важными источником данных о длительном поведении потребителей являются долгосрочные исследования (сбор информации через мобильные программы лояльности или считывание штрих-кодов у себя дома через сканнер, связанный с сервером обработки данных). Существую программы, которые автоматически собирают аналитические данные о группах в социальных сетях и блогах, такие как: сортировка постов по количеству лайков и репостов; собирать портреты участников сообщества; выводить данные о контент - предпочтениях подписчиков целевой группы. Примеры таких сервисов (Popsters, Media-vk.ru, Postee.ru и т.д.)

Для подбора целевых групп и исследования потребителей использую много методик: сегментация по покупательскому поведению RULS; 4C’s; сегментация по потребительской активности; мотивационные стратегии V^2;

LifeStage; имущественный статус ESOMAR; социально-экономический статус SEL; TGI и т.д. [0].

В России проводят адаптированные исследования TGI – Russia (Target Group Index Russia - Российский индекс целевых групп) компанией Ipsos Comcon. Генеральная совокупность исследуемых составляет 62,5 млн. человек.

В феврале 2017 года компания Ipsos Comcon опубликовал статью о результатах одного из последних масштабных исследований (продолжительность проекта 12 месяцев), они признали свой промах в том, что не учли особенностей поведения миллениумов (поколения Y), которые попали в выборку исследуемых потребителей. К моменту презентации результатов исследования рынок уже кардинально изменился из-за запуска нового прорывного конкурентного продукта – в результате, изменилось и поведение потребителей. Руководитель исследовательской группы признал, что проект оказался напрасной тратой ценного времени, денег и ресурсов. В Ipsos Comcon считают, что инкрементальный метод принятия решений помогает бизнесу идти в ногу со временем в сегодняшнем быстро и фундаментально меняющемся мире [0].

Основные выводы. Рынок, поведение конкурентов и поведение потребителей меняется очень быстро. Внедрение радикальных технологий NBIC-конвергенция сможет качественно менять жизнь людей в условиях ограниченности ресурсов. При решении комплекса задач по исследованию целевых потребителей товаров и услуг, с внедренными радикальными технологиями, нужно учитывать особенности поколения людей, которые будут пользоваться ими. Целевой аудиторией, активных пользователей NBIC-технологии, станут люди, которые относятся к поколению Y и Z. Исследования о поведение, образе жизни и ценностях поколениях Y и Z, помогут сформировать принципы потребительского поведения, индикаторы влияния на него и построить прогнозы изменения поведения. Одним из главных инструментом позволяющим быстро, ясно и доверительно общаться с потребителями молодых поколений является брендинг, который аккумулирует в себе комплекс методов и инструментов влияющих на скорость восприятия информации, ее релевантность и экономический эффект взаимоотношений с потребителем.

Список литературы

1. *Bainbridge W.S., Roco M.C.* (Eds.). Managing Nano-Bio-Info-Cogno Innovations. Converging Technologies in Society. Springer: 2006. 381 p.

2. *Rademaker D., Vriens M.* Incremental versus Monumental Decision-Making 22 February 2017. [https://www.ipsos.com/sites/default/files/2017-02/Ipsos%20Views_Incremental%20vs%20Monumental%20Decisions.pdf].

3. *Wyner Gordon*.What Skills Do Modern Marketers Need in an Automated Economy? March 1, 2017. [https://www.ama.org/publications/MarketingNews /Pages/what-skills-do-modern-marketers-need.aspx].

4. *Асташова Ю.В.*Теория поколений в маркетинге // Вестник Южно-Уральского Государственного Университета: журнал. №1. Том 8. 2014.

5. *Домнин В.Н.* Брендинг как технология управления потребительским поведением. Брендинг как коммуникативная технология XXI века: материалы II Всеросс. науч.-практ. конф. с междунар. участием 25–26 февр. 2016 г. / Под ред. проф. А.Д. Кривоносова. СПб.: СПбГЭУ, 2016. 233 С.

6. *Куприк Н.И., Домнин В.Н.* К вопросу формирования концепции брендинга радикальных технологий // Проблемы современной экономики. 2017. №1.

7. *Радужная К.* Поколение Y. Частный корреспондент. 2 августа 2015 г. [http://www.chaskor.ru/article/pokolenie_Y_38965]

8. *Фуколова Юлия.* Игрек неизвестный. Коммерсантъ Секрет Фирмы. №6 от 02.06.2014. [http://www.kommersant.ru/doc/2483995].

УДК 658.8

Латышова Людмила Сергеевна
Институт отраслевого менеджмента
Российской академии народного хозяйства
и государственной службы

РОЛЬ ТОЧЕК КОНТАКТА В ПОВЫШЕНИИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ГОСТЕЙ РЕСТОРАНА

Аннотация. Современная экономическая ситуация оказывает существенное влияние на ресторанный бизнес, вынуждает предприятия бороться за сохранение и расширение клиентской базы. Важнейшую роль в сложившейся ситуации играет формирование позитивного опыта, повышение удовлетворенности гостей ресторана. В статье показана программа повышения удовлетворенности посетителей ресторана, включающая составление пути потребителя и оценки удовлетворенности гостей в точках контакта.

Ключевые слова: опыт потребителя, точки контакта, путь потребителя, ресторанный бизнес.

Latyshova Ludmila, S.
Institute of Sectoral Management
of the Russian Presidential Academy
of National Economy and Public Administration

ROLE OF TOUCH POINTS IN SATISFACTION' INCREASE OF RESTAURANT GUESTS

Abstract. The current economy situation has a significant impact on restaurants industry, force restaurants to fight for retention and extension of clients database. The most important role in such circumstances plays shaping of positive customer experience and satisfaction increase of restaurants guests. The article shows the program of satisfaction increase, including development of customer journey and assessment of guests satisfaction at touch points.

Keywords: customer experience, touch points, customer journey, restaurant industry.

Введение

Изменения экономической ситуации в России, снижение платежеспособности населения влияют на ресторанный бизнес. Глава Федерации ресторато-

© Латышова Л.С., 2017.

ров России Игорь Бухаров отмечает, что «ресторанный бизнес ощущает все экономические неурядицы в первую очередь»[2].

«Несмотря на то, что в настоящее время посещаемость ресторанов перестала падать, до возврата на докризисный уровень далеко. Сейчас, когда бюджеты на продвижение урезаны, у владельцев остается еще меньше прав на ошибки. Сейчас время потребителя, гостя. Он выбирает лучшего и требует от нас благодарности, что выбрал именно нас. В общем, не зависит успех от того, ресторан сетевой или нет, дорогой или не очень. Зависит, насколько соответствует цена/качество, насколько заведения лояльны к гостю» [1].

Сложившаяся ситуация ставит рестораторов перед необходимостью использовать новые стратегии, жизненно важным становится формирование яркого, запоминающегося опыта потребителя. Именно позитивный опыт гостей ресторана, их рекомендации своим знакомым являются сегодня одним из источников информации с самым высоким уровнем доверия.

Используемые в работе понятия путь потребителя, опыт потребителя (клиентский опыт), точки контакта в настоящее время не имеют единой трактовки.

В работе мы будем использовать следующие определения. Термин «путь потребителя» означает совокупность точек контакта, в которых потребитель взаимодействует с компанией (брендом).

Потребительский опыт определяется как «эмоциональная и рациональная оценка клиентом всех прямых и косвенных контактов с фирмой, которые влияют на его покупательское поведение» [6].

«Клиентский опыт берет свое начало от набора взаимодействий между клиентом и продуктом (услугой или компанией), который вызывает реакцию. Этот опыт является сугубо личным и подразумевает привлечение клиента на разных уровнях взаимодействия. Оценка опыта зависит от сравнения между ожиданиями клиента и стимулами, возникающими в процессе взаимодействия клиента с компанией и ее предложением в разных точках контакта» [5]. Таким образом, удовлетворенность клиентов является одним из индикаторов потребительского опыта.

Точки контакта (соприкосновения)– это прямое взаимодействие как с продуктом или услугой компании, так и с любым проявлением самой компании или компании посредством третьей стороны [4].

Методика и результаты исследования

Объект нашего исследования – Ресторан, который позиционирует себя как демократичный, предлагает посетителям блюда европейской кухни. Средний чек – 1500 руб. Зал рассчитан на 120 посадочных мест.

Руководство Ресторана обеспокоено тем, что среднее количество посещений в 2016 году снизилось по сравнению с 2015 на 25%.

Программа повышения удовлетворенности и лояльности гостей Ресторана включает следующие этапы.

Этап 1. Анализ текущей ситуации

1.1. Выявление точек контакта. В ходе исследования был составлен список точек контакта для бизнес-процессов ресторана, включающих несколько

этапов. Предпокупочная стадия представлена двумя этапами «Пассивный»-клиент узнает о ресторане и намеревается его посетить, «Активный» – путь клиента в заведение. Этап «Пользование услугой» характеризует непосредственное взаимодействие клиента с рестораном и «Постпродажный этап» описывает мероприятия, направленные на установление долгосрочных отношений с клиентом.

2.2. Анализ удовлетворенности клиентов в выявленных точках контакта

Для выявления уровня удовлетворенности и лояльности гостей ресторана было проведено исследование по гибридной методике NPS и «Тайный посетитель».

Анкета, кроме основного вопроса методики «Оцените, пожалуйста, по шкале от 0 до 10, насколько Вы готовы рекомендовать Ресторан своим друзьям, коллегам», включала вопросы «с подсказкой», связанные с оценкой гостями качества блюд, напитков, качества обслуживания и других факторов, влияющих на удовлетворенность.

Для определения факторов в исследовании использовался массив оценок, размещенных в открытом доступе на порталах www.menu.ru (сайт бронирования столиков), www.yell.ru (рейтинг ресторанов), www.slon.ru (рейтинг районов Москвы) и внутренние данные ресторана (анализ книги жалоб и предложений).

Анализ лояльности посетителей по методике NPS показал, что показатель NPS невысок, равен 28,6%. Для справки, в мировой практике средний индекс NPS в сегменте общественного питания составляет 50%.

Объем выборки в данном исследовании – 300 человек (величина погрешности – 5.35%).

Этап 2. Составление карты «Путь потребителя»

Результаты опроса клиентов и выводы «Тайного посетителя» были сопоставлены и представлены на схеме «Путь потребителя» в виде тепловой карты.

Оказалось, что самые проблемные зоны связаны с персоналом, качеством обслуживания. Кроме того, многие клиенты испытывали трудности с поиском месторасположения ресторана, так как нет ни указателей, ни подробной схемы проезда на сайте ресторана.

В целях улучшения опыта гостей Ресторана была разработана программа по повышению их удовлетворенности.

Этап 3. Рекомендации по повышению удовлетворенности в точках контакта с низкими показателями

Точки контакта были разделены в соответствии с 3 уровнями удовлетворенности:

✓ первый – оценивается критериями, несоблюдение которых приводит к формированию негативного опыта в данной точке, и соответственно к неудовлетворенности. В Ресторане к точкам контакта с низким уровнем удовлетворенности относятся плохая навигация, качество обслуживания, связанное с работой персонала на всех этапах коммуникаций с гостями, качество посуды, отсутствие некоторых блюд, показанных в меню и др.

✓ второй – «средний уровень», клиент заметил точку контакта и остался удовлетворен. Клиент не впечатлен, но и не испытывает отвержения;

✓ третий – «wow»-впечатления, точки контакта запоминаются. Полученный опыт почти всегда заставляет возвращаться к тому, что клиент увидел и готов делиться «wow»-впечатлениями с другими.

Исходя из данной информации, руководство ресторана должно стараться:

− создавать «wow»-точки контакта.

− устранять негативные точки контакта.

− переводить точки контакта со среднего уровня в разряд «wow» [3].

Проведенный анализ позволил обосновать рекомендации по улучшению клиентского опыта в ключевых точках контакта. В первую очередь необходимо развивать точки контакта с высоким потенциалом развития. В нашем случае это качество обслуживания, связанное с работой персонала на всех этапах коммуникаций с гостями. В работе предложена система стандартов обслуживания клиентов на основе принятых мировых стандартов обслуживания и удачных практик ведущих ресторанов.

Во вторую очередь следует уделить внимание точкам соприкосновения со средним потенциалом развития – это сайт и меню Ресторана. Для точек контакта с низким потенциалом развития необходимо не допускать понижения их оценки.

Этап 4. Внедрение и мониторинг

Данный этап предполагает внедрение подхода к непрерывному совершенствованию клиентского опыта на основе процедур отслеживания обратной связи с гостями ресторана.

Эффективное управление потребительским опытом в точках контакта – ключ к формированию удовлетворенности и лояльности клиентов, их удержанию и устойчивому финансовому успеху предприятия общественного питания.

Список литературы

1. *Кошкина А.* Пора варить // Профиль, 5 марта 2017 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.profile.ru/economics/item/106044-pora-varit (дата обращения 05.03.2017).

2. Россияне отказываются от ресторанов и развлечений [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gudok.ru/economy/?ID=1249988 (дата обращения 05.03.2017)

3. *Турусин Д, Манн И.* Точки контакта. Простые идеи для улучшения вашего маркетинга.[Электронный ресурс]. Режим доступа: http://fictionbook.ru/author/igor_mann/tochki_kontakta_prostyie_idei_dlya_uluch/read_online.html (дата обращения 07.03.2017).

4. *Christopher Meyer* and *Andre Schwager*. Understanding Customer experience – Harvard Business Review (2007): – p. 1-13.

5. *Gentile, C., Spiller, N. & Noci, G.* (2007). How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-create Value with the Customer. European Management Journal. Vol. 25, No.5, p. 397 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.academia.edu/574662/How_to_Sustain_the_Customer_Experience_An_Overview_of_Experience_Components_that_Co-create_Value_With_the_Customer (дата обращения 06.03.2017).

6. *Klaus P., Maklan S.* (2013) Towards a better measure of customer experience. International Journal of Market Research, Vol. 55, Issue, pp. 227-246 [Электронныйресурс]. Режим доступа: https://dspace.lib.cranfield.ac.uk/bitstream/1826/8514/1/Towards_a_Better_Measure_of_Customer_Experience.pdf (дата обращения 05.03.2017).

УДК 338

Мелентьева Надежда Ивановна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

МЕЖСУБЪЕКТНЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ СРЕДЕ

Аннотация. В статье показаны роль и доминантная значимость межсубъектных коммуникаций для формирования и развития деловых связей и организации эффективных бизнес-взаимодействий в современной рыночной среде.

Ключевые слова: межсубъектные коммуникации; маркетинговые коммуникации; эффективность взаимодействия.

Melenteva Nadezda, I.
Saint-Petersburg State University of Economics

INTERSUBJECT COMMUNICATIONS AS A FACTOR OF EFFICIENCY OF BUSINESS INTERACTIONS IN MODERN MARKET ENVIRONMENT

Abstract. In article the role and dominant value of intersubject communications are considered. The author emphasizes the communications have a key role for the forming and further development busyness relations and organization the efficient busyness interactions in modern market environment.

Keywords: interpersonal communications; marketing communications; the efficiency of busyness interactions.

Коммуникации в современных условиях развитие экономических систем рассматриваются как основной и даже объективно ведущий фактор современной экономики. В основе этого тезиса лежат несколько ключевых предпосылок. Первая из них связана, прежде всего, с возрастанием роли инновационных факторов в управлении экономикой, активным участием потребителей в формировании рынков, увеличением взаимозависимости рыночных субъектов, возрастанием роли информационного фактора во всех сферах жизнедеятельности человека. Однако, дело не только в гигантском технологическом прорыве в области создания, производства и всеохватного распространения систем и средств связи, но и в возрастании значимости и масштабов коммуникаций между людьми, являющимися главными элементами любой экономической системы.

Коммуникации являются сегодня и главным источником нового постиндустриального экономического развития, и главной проблемой, особенно остро ощущаемой специалистами в области маркетинга и управления.

Такое положение вещей достаточно красноречиво характеризуют данные зарубежных исследований [1, 2] в соответствии с которыми именно коммуника-

© Мелентьева Н.И., 2017.

ции считают главным препятствием на пути достижения эффективности предприятиями и организациями, а это означает, что любое продвижение в направлении раскрытия потенциала коммуникаций создает дополнительный ресурс, который обеспечивает предприятию возможность экономического развития.

Во многом согласованные с приведенными выше результаты получены по итогам анкетного опроса, проведенного среди 127 руководителей и высших менеджеров петербургских предприятий, относящихся к самым различным отраслям производства и другим сферам деятельности. Оказалось, что в структуре затрат рабочего времени совокупное время, затраченное на все виды общения (в том числе с использованием технических средств) составляет в среднем 74%, а значимость «коммуникативных» в структуре затрат рабочего времени в среднем на 27% выше, чем значимость исключительно индивидуализированных форм работы [3].

Вторая ключевая предпосылка связана с возрастанием значения субъектного начала в современной экономической деятельности, причем здесь можно выделить два аспекта субъектности.

При этом, субъектность, с одной стороны, рассматривается как качественный атрибут, являющийся естественным проявлением его сущностных свойств субъекта, где субъект экономической системы – это физическое или юридическое лицо, предприятие, фирма организация, различные типы и формы их объединений, выступающие в качестве главных агентов современного рынка. С другой стороны, фактор субъектности заключается в возможности предприятий, организаций, физических лиц проявлять независимое экономическое поведение. Такая возможность в настоящее время усиливается широко доступной и уникальной в плане эффективности техно-технологической и информационной инфраструктурой.

При таком расширенном понимании субъекта и субъектности, субъектом системы маркетинговых взаимодействий является и само предприятие, и отдельные его структуры и подразделения, и отдельные личности, являющиеся субъектно значимыми элементами в системе маркетинга, и отдельные подсистемы, структурной основой которых являются человеко-машинные комплексы (например, человек, принимающий решения в рамках интерактивного взаимодействия с советующей экспертной системой), и, в отдельных случаях, интеллектуализированные программные комплексы, способные автономно реагировать и принимать маркетинговые решения, и даже такие сугубо нематериальные образования как, например, бренд компании, поскольку он может непосредственно вступать в коммуникативные отношения с другими субъектами рынка.

При этом понятие межсубъектные коммуникации в системах маркетинга определяется как совокупность процессов взаимодействия субъектов маркетинговой системы, которые проявляются во взаимоотношениях сторон через обмен товарами, услугами, информацией, знаниями, через оценку сторонами друг друга с учетом когнитивных карт индивидуального восприятия и возможностей взаимовлияния.

Подобное понимание проблемы межсубъектности позволяет, комплексно и эффективно использовать в маркетинговой теории и практике богатейший

инструментарий, наработанный в рамках системного подхода, что, в свою очередь, открывает широкие возможности для более глубокого раскрытия потенциала современных маркетинговых коммуникаций.

Третья ключевая предпосылка связана с появлением в современной рыночной среде философии «сетевого» взаимодействия, результатом чего является создание всевозможных альянсов, ассоциаций, торговых и промышленных сетей.

Сеть сегодня рассматривается не только как важнейшая инфраструктурная составляющая современной экономики, но и как в значительной степени самодовлеющий принцип, лежащий в основе самоорганизации и самовоспроизводства современных экономических и социальных корпоративных систем.

Сети рыночного типа управляют коммуникациями и экономикой в пределах компаний и проникают сквозь их границы. Сети становятся основой теории и практики организации в новой экономике, создавая новые уровни связей между фирмами, производителями, потребителями и поставщиками, а также между сотрудниками внутри фирмы и людьми, работающими в разных организациях.

Оценивая в целом системные возможности сетевых структур с точки зрения реальной маркетинговой практики, следует отметить, что современным российским маркетингом сетевой потенциал и связанные с ним широкие перспективы для предприятий, работающих в самых различных сферах деятельности, еще недостаточно раскрыты, что связано, прежде всего, с особыми условиями формирования и развития бизнеса в России. Однако, именно сеть и сетевой подход потенциально способны обеспечить максимальную степень адаптированности фирмы к своему потребителю.

В рамках сетевой парадигмы и резко возрастающей интенсивности интерактивных межсубъектных взаимодействий можно выделить ключевой принцип, принцип интеграции производителя и потребителя. Потребитель, эффективно интегрированный в сетевую структуру производящей компании, становится сегодня необходимой частью производственного процесса, и перестает быть анонимным «объектом продаж», являясь для фирмы поставщиком заказов и информации, приобретая при этом подлинную субъектность в системе, где он до сих пор был хотя и «священным» для маркетинга, но все же по большей части пассивным элементом.

В данной схеме происходит своеобразная ролевая инверсия, когда не фирма выступает производителем товаров и услуг, а потребитель выступает в роли производителя заказов для фирмы.

В результате перехода на новую схему взаимодействий между производителем и потребителем возникает самоподдерживающийся процесс: потребитель в такой же степени заинтересован в продукции, поставляемой на рынок производителем, в какой сам производитель заинтересован в «производстве заказов», источником которых является потребитель. Сама маркетинговая философия компании должна при этом пройти радикальную трансформацию: отныне приобретение заказов, а не продажа становится ведущим маркетинговым императивом.

Такая организация компонентов сетевой маркетинговой среды является уже не просто новой оптимизированной формой выстраивания стандартных

бизнес-процессов и маркетинговых взаимодействий на принципе рыночной автокоординации, она создает новое качество, которое условно можно назвать системной суперсубъектностью, и которое фактически выводит выстроенную таким образом сеть маркетинговых взаимодействий на уровень сложности биологических систем, то есть систем, способных как бы «по своему усмотрению» адаптивно менять не только характер экономического процесса, но и самостоятельно создавать и поддерживать собственную «энергетику».

Четвертая ключевая предпосылка связана с проблемой оценки эффективности бизнес-взаимодействий в рыночной среде. Причина этого кроется в комплексном характере понятия, явления и процесса коммуникаций, который проявляется в наличии многих сторон, уровней, форм и способов взаимодействия, а также в том, что коммуникации глубоко пронизывают все без исключения аспекты деятельности фирм, их микро- и макроокружения.

При этом системная совокупность оценок по частным составляющим эффективности может служить базой для оценки системной эффективности межсубъектных коммуникаций. Данная методология, рассматривающая системность с позиции целостного представления всей совокупности элементов, определяющих эффективность с точки зрения ее многочисленных, прямых и косвенных индикативных характеристик, может быть обозначена как методология операционального характера.

Другая сторона системной эффективности и соответственно связанная с нею методология диагностики и оценивания базируется на идее комплексного учета влияния энвиронментальных (средовых) характеристик сетей маркетинговых взаимодействий.

Данная методология, которая производит перенос акцента рассмотрения проблемы на средовые характеристики, определяя в качестве центральной задачи исследование условий самой среды, в рамках которой разворачиваются процессы межсубъектных коммуникаций, позволяет существенно по-новому подойти и к решению общей проблемы эффективности.

В условиях современной, де-факто становящейся глобальной экономики, базирующейся на информации и коммуникациях, эта концептуальная методология, задает принципиально иной подход и является значительно более ценной и перспективной как в смысле возможностей более полного раскрытия коммуникативного, а, следовательно, и экономического потенциала современных предприятий и формирующихся на их основе сетевых структур, так и в смысле возможностей системно целеустремленного формирования эффективных межсубъектных коммуникаций в системах маркетинга.

Список литературы

1. *Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф.* Основы менеджмента / Пер. с англ. М.: Дело, 1992. С. 166.

2. What Effective General Managers Really Do. Harvard Business Review, March-April, 1999.

3. Татаренко В.Н., Мелентьева Н.И. Маркетинг влияния и философия управления / Информация. Коммуникации. Конкурентная политика. LAMBERT Academic Publiching AV Akademikerverlag GmbH & Co. KG Saarbrücken, Deutschland. 2013.

УДК 338

Мусатова Жанна Борисовна
Скоробогатых Ирина Ивановна
Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова

ТРАНСФОРМАЦИЯ МОДЕЛЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЕ КЛИЕНТСКИМ ОПЫТОМ

Аннотация. Общество с развитыми информационными технологиями начинает демонстрировать новое покупательское поведение. Традиционные схемы воронки продаж или моделей принятия решения о покупке, основанные на жесткой поэтапной структуре, перестают отражать реальные процессы потребительского выбора. Особенно существенно меняется поведение как некоторых категорий потребителей (в частности, молодежи), так и поведение, связанное с выбором определенных категорий товаров (цифровых, требующих большого объема информации для принятия решения). Возникают новые концепции и понятия, объясняющиеся содержание и процесс взаимодействия потребителя с продавцами и производителями, такие как управление клиентским опытом и разработка карты путешествия потребителей. Новые модели предполагают более мягкие модели принятия решения о покупке, в которых этапы могут повторяться или меняться местами, что позволяет производителям и продавцам продуктов выстраивать более сложные, многоэлементные отношения с потребителями, управлять точками контакта с ними.

Ключевые слова: поведение потребителей, клиентский опыт, этапы принятия решения о покупке.

Musatova Zhanna, B.
Skorobogatykh Irina, I.
Plekhanov Russian University of Economics

TRANSFORMATION OF CUSTOMER BEHAVIOR MODELS AND CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT

Abstract. Consumers in the society with new information technologies have been demonstrating new buyer behavior. Traditional schemes or sales funnel model making purchasing decisions based on a rigid phased structure; no longer reflect the real processes of consumer choice. Especially significant change behavior as certain categories of consumers (particularly young people), and the behavior associated with the selection of certain categories of products (digital, requiring a large amount of information to make a decision). The most significant changes of the consumer behaviour only for certain categories of customers (young consumers, in particular), but also for the process of choice some product categories (digital products, products, which are required large information flow to make buying decision). There are new concepts and notions, to explain the content and process of customer interaction with vendors and manufacturers, such as managing the client experience and production of customers' travel card. New models suggest softer model purchase decision, in which the steps can be repeated, or be reversed; allowing manufacturers and sellers of products to build more complex multi-element relationships with customers and manage the points of contact with them.

Keywords: consumer behavior, client experience, stages of buying decision-making, client experience management, and customers' travel card.

© Мусатова Ж.Б., Скоробогатых И.И., 2017.

Традиционно процесс принятия решения о покупке в большинстве научных источников описывается как многоэтапная структура, предполагающая последовательное прохождение этапов. Концепция линейности основывается на модели AIDA: Осведомленность (Awareness), Интерес (Interest), Желание (Desire), Покупка (Action), предложенной Э.Левисом в 1896 году(Van Vliet, V. (2012). Elias St. Elmo Lewis. Retrieved from Tools Hero: http://www.toolshero.com/elias-st-elmo-lewis). Последующее развитие такого линейного подхода с фиксированными стадиями нашло отражение в модели Ховарда-Шеса, разработанной в конце 60-х годов XX века [1]. Модель отображает влияние комбинации разнообразных факторов на выбор товара потребителями и состоит из пяти стадий принятия решения о покупке: этап привлечения внимания, стадия восприятия товара потребителем, процесс формирования отношения к товару, возникновение желания приобретения, процесс совершения покупки. Особенностью данной модели является включение в нее трех групп стимулов, которые оказывают наибольшее воздействие на принятие потребителем решения о покупке: качественные физические свойства товара, символические стимулы, социальные стимулы.

Модель Энджела-Блэкуэлла-Миниарда [5] имеет много общего с представленными выше моделями, в частности процесс принятия решения о покупке также описывается как алгоритм, состоящий из пяти этапов: осознания потребности, информационного поиска, предпокупочной оценки вариантов, покупки и потребления. В своей модели поведения конечного потребителя Ф. Котлер также опирается на идею линейности и выделяет четыре основных этапа: осознание потребности, поиск и оценка информации, принятие решения о покупке, оценка правильности выбора [2]. Безусловно, все названные модели отличает оригинальный взгляд на факторы, обуславливающие потребительский выбор, их классификация и систематизация, одна иерархичность моделей неизменна. Данная иерархичность предполагает, что на каждом этапе модели происходит постепенное сужение количества вариантов решения.

Однако в современном обществе с развитыми информационными технологиями линейные модели и основанные на них воронки продаж перестают демонстрировать предсказуемые результаты. Информационная среда насыщенна и динамична, информационный поток непрерывен, поэтому последовательного сужения числа вариантов не происходит. Напротив, новые варианты могут добавляться на любом этапе принятия решения о покупке. Учитывая высокую частоту и плотность воздействия различных информационных каналов, становится сложным предсказать силу и направление воздействия информации на отдельного потребителя. В этой связи отмечается сила влияния широких рекламных компаний и выбор продавцов смещается в пользу компаний с более четким нацеливанием на потребителя (таргетированием) [3].

В процессе выбора, приобретения и потребления товара или услуги принято выделять три этапа взаимодействия потребителя с продавцов или производителем: доконтактный, контактный и постконтакный. В условиях массового распространения информационных содержание этих этапов существенно изменяется:

1. *Доконтактный* этап – отрезок времени, в течение которого у потребителя происходит формирование и усиление потребности, которая становится

мотивом для покупки. Контакта с компанией продавца или производителя пока не происходит. На этом же этапе происходит предварительный поиск решения возникшей проблемы или удовлетворения обострившейся потребности. И осознание потребности, и понимание потенциальных возможностей ее удовлетворения может быть основано как на личном опыте потребителя, так и на поступающих извне стимулах. Поскольку интернет на сегодняшний день представляет собой наиболее часто используемый источник информации, то и внешние стимулы, и потенциальные решения, чаще всего поступают оттуда. Предположим, потребитель случайно увидел трейлер нового художественного фильма в интернете, практически моментально осознал потребность в просмотре и тут же нашел информацию о ближайшем кинотеатре и удобном сеансе.

2. *Контактный* этап представляет собой наиболее сложный период всего процесса выбора и приобретения товара покупателем. Сюда относится информационный поиск покупателя, получение информации от компании, предпокупочная оценка альтернатив, покупка, оплата, получение товара. Все стадии контактного этапа предполагают высокую степень самостоятельности покупателя в выборе информации, каналов ее распространения. Поэтому в условиях применения информационных технологий компании производители или продавцы стремятся обеспечить присутствие на тех ресурсах и каналах, где целевой потребитель склонен искать информацию. Одним из наиболее значимых элементов контактного этапа является представление потенциальным покупателям отзывов предыдущих покупателей, свидетельств качества товаров и услуг, предлагаемых клиентам.

3. *Постконтактный* этап, в рамках которого наиболее значимой является послепокупочная оценка альтернатив, когда покупатель, опираясь на собственный опыт взаимодействия с товаром и компанией, проводит оценку по широкому спектру отдельных критериев. Послепокупочная оценка может быть выполнена в виде отзыва, который размещается на сайте компании и других веб-ресурсах. Компания-продавец или производитель должна максимально стимулировать покупателей к размещению отзывов, получить от них обратную связь, что позволит продлить контактный этап. Этот этап сложно переоценить, поскольку текущий опыт покупателя повлечет за собой его последующие решения, а также повлияет на решения других потенциальных покупателей.

Таким образом, очевидно, что современные информационные технологии вносят значительные коррективы во все этапы принятия решения о покупке, создавая для покупателей возможности для большей самостоятельности, а для компаний – необходимость обеспечить потенциальным покупателям максимальную информационную открытость и удобство поиска информации [3].

Современная модель управления поведением потребителя включает в себя понятия клиентского (потребительского опыта), управления клиентским опытом, проектирование карт путешествий потребителя. Управление клиентским опытом принято рассматривать как комплексный процесс взаимодействия потребителя продукта с продавцом или производителем. Карты путешествия потребителей – это иллюстрация полного пути, который проходит покупатель от момента возникновения и осознания проблемы, которая мотивирует к поиску товара и оценке

альтернативных предложений, до покупки продукта и постпродажного взаимодействия с производителем и продавцом [3]. Исследуя потребительское путешествие, компании приближаются к своим покупателям и получают возможность управлять их поведением и выбором конкретного продукта.

Сегодняшние технологические условия почти любое взаимодействие компании с клиентом переводят в формат услуг или «продукт + услуга». Для покупателя не будет достаточно получить только продукт без информационной поддержки. Для успешного бизнеса необходимо создавать устойчивую информационную инфраструктуру, которая донесет сведения до потенциальных клиентов, поможет преобразовать их потребности в спрос и найти продукт и купить его. Такой подход особенно важен, в случае, если компании работают с молодежной целевой аудиторией, потребительское поведение которой претерпевает значительные изменения под воздействием развития информационной среды [4].

При использовании модели путешествия потребителей имеет смысл за основу принимать структуру классической воронки продаж, но с той особенностью, что модель путешествия имеет замкнутый контур. Стадии (этапы) всего цикла путешествия потребителей в самом общем виде представлены на рис. 1.

Рис. 1. Поэтапная карта путешествия потребителей (составлено авторами)

Результатом каждого цикла путешествия является новый клиентский опыт(customer experience), который влияет на последующее осознание проблемы и формирование модифицированной потребности. Кроме того, в рамках путешествия потребителей появляется возможность либо пропуска, либо повтора одного из этапов или изменение их порядка. Важно отметить, что опорными точкам путешествия потребителей становятся точки их контакта с компанией,

причем как личного контакта, так и посещение веб-сайтов, знакомство с рекламой компании и т.д. Для проектирования успешного потребительского путешествия особое внимание необходимо уделить болевым точкам, которые представляют собой сложности или препятствия на пути процесса покупки. Очевидным путем их выявления и «лечения» являются исследование и выявление проблемных сценариев. В заключение стоит отметить, что поскольку проектирование и управление путешествием потребителей влечет за собой затраты предприятия, то прохождение каждого этапа или точки контакта желательно фиксировать с помощью метрик, позволяющих оценить результативность и эффективность решений.

Список литературы

1. *Howard J.A., Sheth J.N.* (1969).The Theory of Buyer Behavior. NewYork: JohnWiley & Sons. P. 474.

2. *Котлер Ф., Келлер К.* Маркетинг менеджмент. 14-е изд. / Пер. с англ. СПб: Изд-во «Питер Ком», 2015. С. 800.

3. *Невоструев П.Ю., Мусатова Ж.Б., Мхитарян С.В., Комлева Н.В., Данченок Л.А., Коробков С.А., Ликсутов М.С.* Влияние Smart-технологий на трансформацию процесса принятия решений о покупке на инфоемких рынках. Пенза: Науч.-изд. центр «Социосфера», 2016. 166 с.

4. *Сидорчук Р.Р., Скоробогатых И.И., Мешков А.А., Мусатов Б.В., Ефимова Д.М., Тультаев Т.А., Евсеева Д.* Ценностные ориентиры и потребительские предпочтения молодежной аудитории. М.: Креативная экономика, 2017 С. 182.

5. *Энджел Д.Ф., Блэкуелл Р.Д., Миниард П.У.* Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2007. С. 944.

УДК 330.101

Невоструев Петр Юрьевич
Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова

DIGITAL FOOTPRINTS КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОФИЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ SMART-МАРКЕТИНГА

Аннотация. Статья рассматривает вопросы и методы психопрофилирования потребителей на основе цифровых следов (digital footprints). Данный подход рассматривается в рамках парадигмы Smart-маркетинга и является логическим развитием данной концепции. Цифровые следы оставляет пользователь как пассивно, так и активно, что усложняет процесс работы с ними, поскольку требует особых инструментов идентификации, сбора, хранения и обработки данных.

Ключевые слова: цифровые следы, поведение потребителя, психографика, smart-маркетинг.

© Невоструев П.Ю., 2017.

Nevostruev Petr, U.
Plekhanov Russian University of Economics

DIGITAL FOOTPRINTS AS A TOOL FOR PROFILING CONSUMERS IN SMART MARKETING

Abstract. The article examines the issues and methods of consumers profiling based on digital footprints. This approach is considered within the paradigm of Smart marketing and is a logical development of this concept. Digital footprint leaves the user both passively and actively, which complicates the process of working with them, because it requires special tools identification, collection, storage and processing of data.

Keywords: digital footprints, consumer behavior, profiling, smart-marketing.

Эволюция концептуальных подходов к определению маркетинга привела к пониманию маркетинга как функциональной деятельности, направленной на создание и управление потребительской ценности. Так, американская маркетинговая ассоциация (AMA), наиболее авторитетная профессиональная общественная ассоциация маркетинга в 2013 году уточнила определение маркетинга следующим образом: «Маркетинг – это деятельность, набор структур (институтов) и процессов, направленных на разработку, коммуницирование, доставку ценностного предложения для потребителей, клиентов, партеров и общества в целом» [1].

Гильдия маркетологов России дает собственное определение маркетинга: «Маркетинг – это система управления разработкой и продвижением товаров и услуг, обладающих ценностью для потребителя, производителя и общества в целом на основе комплексного анализа рынка» [2].

Ученые кафедры маркетинга РЭУ им. Г.В. Плеханова дают свое определение маркетинга: маркетинг – это философия бизнеса, идеология предпринимательской деятельности и управленческая концепция по созданию и предложению рынку товаров (услуг), имеющих ценность для потребителей и производителей, в целях устойчивого развития компании путем упрочения взаимоотношений с потребителями, партнерами и обществом в целом [3].

Все приведенные определения фокусируются на понятии «ценность для потребителя», т.е. своеобразном «ценностном предложении», которое является результатом маркетинговой деятельности. Ценность для потребителя представляет собой соотношение между преимуществами, которые получает потребитель в результате приобретения и использования товара или услуги, и воспринимаемыми затратами на его приобретение и использование [4].

Вопросы управления потребительской ценностью являются актуальной темой исследований российских и зарубежных авторов. Одним из актуальных и востребованных маркетинговых технологий с точки зрения увеличения потребительской ценности принято считать Smart-маркетинг [4]. В рамках концепции Smart-маркетинга обычно рассматривают подход, в соответствии с которым объединяются ранее не объединенные элементы на основе использования интернета и интернет-технологий [4].Однако остро стоит задача определения психографиче-

ского портрета пользователя на основе его поведения в интернете. Психопрофилирование пользователей может быть осуществлено двумя подходами:

− Опросные методы выявления профиля и сопоставление с ID в цифровом пространстве.

− Анализ цифровых следов пользователя с последующей привязкой к ID.

Первый подход чаще используется компаниями, которые имеют достаточно большой объем знаний о своих пользователях, например, компании банковского сектора. Так, более 40% всех поведенческих аспектов потребителя можно определить на основе данных о тратах, которые он совершает [7].

Второй подход интересен для компаний, которые таким большим объемом данных о покупателях не обладают, но при этом имею возможность идентифицировать своих пользователей в цифровом пространстве. В подобном случае используется подход на основе цифровых следов.

Цифровые следы (от англ. Digital footprints) – совокупность информации о посещениях и вкладе пользователя во время пребывания в цифровом пространстве. Может включать в себя информацию, полученную из Интернета, мобильного Интернета, веб-пространства и телевидения [5]. Бывают двух видов: пассивные и активные. Пассивные следы создаются в случаях, когда данные о пользователях и его действиях собираются без ведома пользователя. Активные следы представляют собой активное действие со стороны пользователя с условием того, что он разрешает собирать его персональные данные [6].

При работе с цифровыми следами необходимо решить ряд актуальных задач:

− Идентификация пользователя. Определение одного пользователя в разных социальных медиа или других интернет-ресурсах. Как правило, один пользователь может выходить в интернет с разных устройств, что затрудняет идентификацию одного человека на каждом из них.

− Выявление действия пользователя. В первую очередь речь идет о пассивных действиях внутри социальных сетей. Например, чтобы собрать информацию о лайках (отметках «Мне нравится») внутри социальной сети Facebook, необходимо, чтобы пользователь дал разрешение на это сторонней программе, инициировавшей процесс со стороны маркетолога. Однако, когда речь идет о сотнях, тысячах и десятках тысяч пользователей, решение подобной задачи является непростой.

− Определение контентной составляющей действий пользователя. Важен не только факт совершения пользователем действия, но и понимания контента, на который он отреагировал. Например, если пользователь лайкнул статью в социальной сети Facebook, то для успешного психопрофилирования необходимо знать, о чем была эта статья.

− Формирование модели определения психопрофиля пользователя. На основе данных о его действиях и контенте пользователей необходимо понимание того, как влияет психотип пользователя на его действия. Т.е. речь идет о сложной математической модели, построенной по принципам самообучающихся нейронных сетей.

Так, американские ученые опубликовали результаты исследований, согласно которым определение поведения пользователей на основе их цифровых следов было более точным, чем на основе опросных методов психопрофилирования [9]. Однако данный подход показывает высокие результаты в случае дуальных выходных данных модели. Например, исследуемый пользователь является приверженцем республиканской или демократической партии. Но данный подход сложно применим в случае, если на выходе из модели может быть более 5 результатов.

Список литературы

1. Новое официальное определение маркетинга Американской маркетинговой ассоциации. URL: https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx.

2. Официальное определение маркетинга Гильдии маркетологов России. URL: http://www.marketologi.ru/o-gildii/opredelenie-marketinga/

3. *Скоробогатых И. И., Мусатова Ж. Б.* СМАРТ-маркетинг: технологии, инструменты, оценка эффективности // Казанский экономический вестник. 2015. №5(19). С. 92-96.

4. Влияние Smart-технологий на трансформацию процесса принятия решения о покупке на инфоемких рынках. Монография под ред. *Невоструева П.Ю.* // Пенза: Науч.-изд. центр «Социосфера», 2016. С. 166

5. Цифровой след [Электронный ресурс]: Материал из Википедии — свободной энциклопедии: Версия 83182744, сохранённая в 15:51 UTC 20 января 2017 / Авторы Википедии // Википедия, свободная энциклопедия. Электрон. дан. Сан-Франциско: Фонд Викимедиа, 2017. Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/?oldid=83182744

6. Digital footprint [Электронный ресурс]: Материал из Википедии – свободной энциклопедии: Версия 83182744, сохранённая в 15:51 UTC 20 января 2017 / Авторы Википедии // Википедия, свободная энциклопедия. Электрон. дан. Сан-Франциско: Фонд Викимедиа, 2017. — Режим доступа: https://en.wikipedia.org/?oldid=769143017.

7. The Waay. Платформа для банков. [Электронный ресурс]: сайт компании The Waay Режим доступа: http://thewaay.space/index.html.

8. *Невоструев П.Ю., Каптюхин Р.В.* Подходы к определению оригинальности контента в рамках контент-маркетинга // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. №3(28). С. 65-69.

9. Computer-based personality judgments are more accurate than those made by humans [Электронный ресурс]: Youyou, Wu, Kosinski, Michal, Stillwell, David. Режим доступа: http://www.pnas.org/content/112/4/1036.full.

УДК 338.2

Писарева Екатерина Владимировна
Ростовский государственный
экономический университет

ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО МАРКЕТИНГ МЕНЕДЖМЕНТА КОМПАНИЙ

Аннотация. В статье представлены результаты авторского исследования формировании концепции интегрированного маркетинг менеджмента компаний. Проанализировано эволюционное развитие российской экономики и соответствующее развитие маркетинговых моделей. Сформулированы предпосылки становления концепции интегрированного марке-

© Писарева Е.В., 2017.

тинг менеджмента и факторы внешней и внутренней среды, под воздействием которых она формируется. Доказано, что в настоящее время в российской экономике повсеместно утверждаются модели раннего интегрированного маркетинга, который получает развитие на функциональном, межфункциональном и корпоративном уровне. В статье представлены результаты авторского эмпирического исследования 353 компаний-респондентов, в результате которого было сформировано 5 маркетинговых моделей, выделенных по степени интеграции маркетинга в систему управления компанией.

Ключевые слова: маркетинговые модели, интегрированный маркетинг-менеджмент, эволюция маркетинга, эмпирическое исследование, маркетинг-аналитика, диджитализация.

Pisareva Ekaterina, V.
Rostov State University of Economics

FORMING THE CONCEPT OF INTEGRATED MARKETING MANAGEMENT OF THE COMPANY

Abstract. The article presents the results of the author's research on the formation of the concept of integrated marketing management of the company. The evolutionary development of the Russian economy and the corresponding development of marketing models are analyzed. The background of the formation of the concept of integrated marketing management and the factors of the external and internal environment, under the influence of which it is formed, are formulated. It is proved that at the present time in the Russian economy the models of early integrated marketing are developing at the functional, interfunctional and corporate level. The article presents the results of the author's empirical study of 353 respondent companies, which resulted in the formation of 5 marketing models, identified by the degree of integration of marketing into the company's management system.

Keywords: marketing models, integrated marketing management, evolution of marketing, empirical research, marketing analytics, digitalization.

Теория и практика маркетинга в последние 15-20 лет трансформируется в связи с глобальными изменениями в экономике, поведении потребителей под воздействием информационных технологий. В связи с этим, от концепции реактивного маркетинга компании перешли к проактивному и интерактивному маркетингу, а от исследований спроса и адаптации к рынку – к активному его формированию, превентивному управлению рыночными трендами на основе маркетинг-аналитики и социально-экономических форсайтов. Осуществление такого перехода обеспечивает, прежде всего, развитие информационных технологий, становление платформ интегрированного маркетинг менеджмента, позволяющих использовать единые базы данных и знаний для формирования маркетинговой грамотности покупателей за счет вовлечения их в процесс непрерывного взаимодействия с компанией и эффективного управления взаимоотношениями.

В связи с этим, многие ведущие ученые в сфере маркетинга, как российские, так и зарубежные (Vargo S.L., Lush R.F. (2004); Webster, Malter and Ganesan (2005); Kotler (2008); Kumar (2015); Homburg, Wilczek, and Hahn (2014); Jayachandran et al.(2013); Kushwaha and Shankar (2013); Challagalla et al. (2014); Farley, John U., and Rohit Deshpandé (2005); Юлдашева О.У. и Ширшова О.И. (2013 и 2015); Третьяк О.А., Ребязина В.А., Ветрова Т.В. (2015)) отмечают ус-

тойчивую тенденцию все более активной интеграции службы маркетинга в систему управления компанией и процессы принятия решений, формирование концепции холистического маркетинга, проникающего во все сферы и уровни управления. Маркетинг все больше становится неотъемлемой частью системы управления, стратегического планирования, процесса принятия решений, выполняя роль клиентоориентированной философии и культуры, а также поставляя знания о покупателях и динамике их предпочтений на основе исследований, достижения покупательских инсайтов и маркетинг-аналитики. Осуществление именно этих процессов в России становится важнейшим фактором дальнейшего успешного роста конкурентоспособности российских компаний.

Можно выделить четыре этапа развития российской экономики с соответствующим развитием маркетинговых моделей: модель нецивилизованного маркетинга (90-е гг. 20 века), модели развивающего маркетинга (2000 – 2009 гг.), модели маркетинга взаимоотношения и вовлечения (2010 – 2014 гг.) и модель раннего интегрированного маркетинга (2015 – н/вр).

Четвертая стадия знаменует новый период развития экономики и маркетинговых моделей в России – экономика в ближайшие годы будет строиться на импортозамещении, стратегии оптимизации затрат, поиске оптимальных ценностных предложений и повышении клиентоориентированности, что уже заставляет российские компании внедрять платформы для реализации интегрированного подхода к управлению маркетингом и маркетинговыми затратами. Это свидетельствует о формировании моделей раннего интегрированного маркетинга, способствующего оптимизации взаимодействия компании и ее партнеров, включая потребителей за счет внедрения единых информационных платформ в интернет-среде.

Можно сформулировать следующие предпосылки становления концепции интегрированного маркетинг менеджмента: падение роли традиционного маркетинга на корпоративном уровне и перемещение функционального маркетинга в бизнес-единицы, одновременное появление новых функций корпоративного маркетинга (клиентоориентированная культура, HR брендинг и т.п.); резкий рост сектора е-маркетинга, е-коммерции и необходимость их интеграции с традиционными каналами; переход от стратегий привлечения клиентов к их удержанию; возрастающие требования к маркетологам со стороны финансистов в области оценки экономической эффективности маркетинга предполагают интеграцию клиентских операций с затратами на маркетинг; растущая потребность в маркетинг-аналитике для предугадывания рыночных тенденций и изменения поведения покупателей.

Основой формирования интегрированного маркетинг менеджмента является платформа в виде любого программного обеспечения (чаще всего CRM-системы), обеспечивающего возможности интегрированного планирования и контроля исполнения всех маркетинговых и связанных с маркетингом функций за счет формирования единых баз данных. Основной целью такой платформы является управление взаимоотношениями с клиентом через трансформацию его интереса в покупку и приобретение позитивного опыта взаимодействия с брендом посредством непрерывного диалога.

Парадигма интегрированного маркетинг менеджмента формируется под воздействием следующих ключевых условий:

– во внешней среде: цифровизация поведения потребителей и изменение моделей использования медиа-средств с переходом преимущественно к диджитал маркетинговым коммуникациям; усиление влияния социума и внешней среды (устойчивого развития) на формирование спроса и необходимость создания маркетинговой эко-системы;

– во внутренней среде: усиление роли маркетинга и маркетинговой культуры в компании; системная поддержка управленческих решений маркетинг-аналитикой; требования экономического обоснования маркетинговых решений; усиление межфункционального характера маркетинговых бизнес-процессов; фокус на вовлечении потребителей и поддержании с ними непрерывного онлайн диалога.

Для выявления типов существующих моделей интегрированного маркетинга в российских компаниях автором было проведено эмпирическое исследование, включающее качественное (структурированные интервью 13 менеджеров) и количественное (опрос 353 компаний-респондентов).

Для количественного опроса была разработана шкала оценки типа маркетинговой модели, включающая 24 переменные, агрегированные в 6 групп и оцениваемые при помощи шкалы степени согласия Лайкерта. Выборка респондентов носила вероятностный случайный характер. Методология обработки данных для разработки типологии маркетинговых моделей компаний осуществлялась методами факторного и иерархического кластерного анализов с использованием ПД IBM SPSS.

В результате было сформировано 5 маркетинговых моделей, выделенных по степени интеграции маркетинга в систему управления компанией: модель раннего имиджевого маркетинга – 69 компаний (19,5%), все относятся к МСП; модель тактического неинтегрированного маркетинга – 118 компаний (33,4%), среди которых 2 крупных и 116 относятся к МСБ; модель тактического частично интегрированного маркетинга – 75 компаний (21,2%), 24 крупные компании и 51 МСБ; модель стратегического частично интегрированного маркетинга – 65 компаний (18,4%), 38 крупных и 27 МСП; модель холистического маркетинга – 26 компаний (7,3% выборки), 14 крупных компаний и 12 МСП.

Эмпирические исследования показали, что наиболее продвинутые модели (стратегического частично интегрированного маркетинга и холистического маркетинга) реализуют компании, имеющие известные бренды (как правило, русские «дочки» зарубежных компаний). Для этих компаний характерны активные процессы интеграции маркетинга на межфункциональном и корпоративном уровнях (см. рис. 1).

Таким образом, можно сформулировать следующее определение: интегрированный маркетинг менеджмент – это концепция управления маркетингом, ориентированная на интеграцию маркетинговых бизнес-процессов как на функциональном (внутри департамента маркетинга), так и на межфункциональном (на уровне маркетинга, продаж, сервиса, финансов, логистики, дистрибьюции) и корпоративном уровнях. Целью интегрированного маркетинг ме-

неджмента является разработка согласованных (интегрированных) стратегий и планов маркетинга и других подразделений компании, обеспечивающих выполнение поставленных перед бизнес-единицей целей.

Рис. 1. Модель интегрированного маркетинг-менеджмента

Все уровни и виды управления связывает *интегрированная платформа маркетинг-менеджмента*, сформированная на основе CRM-системы с возможностями маркетинг-аналитики. Платформа обеспечивает поставку данных в систему маркетинг-аналитики для принятия решений по координации бизнес-процессов на разных уровнях управления.

Исходя из написанного выше, можно сформулировать следующие принципы интегрированного маркетинг менеджмента:

– принцип, реализующийся в последовательной триаде «связывать – интегрировать – оптимизировать»: интегрированный маркетинг менеджмент должен основываться на взаимосвязи и интеграции людей, процессов и технологий для достижения эффективности управления ресурсами корпорации и реализации ее планов на всех уровнях системы управления. Этот принцип основан на установлении взаимосвязи и последующей интеграции стратегических, тактических и операционных процессов и их оптимизации на основе непрерывной маркетинг-аналитики;

– *принцип создания маркетинговой эко-системы*: предполагает подключение к интегрированной платформе маркетинг менеджмента всех стейкхолдеров, партнеров и клиентов компании, которые могут предоставить важную информацию о развитии рынка, потребностей, поведении потребителей и т.п. Маркетинговая эко-система как часть деловой акцентирует внимание только на тех стейкхолдерах, которые причастны к выполнению маркетинговых бизнес-процессов. Основой формирования маркетинговой эко-системы является маркетинговая платформа (интернет-ресурс), обеспечивающая основу взаимодействия всех ее участников;

– *принцип воспитания и удержания потребителя за счет непрерывного подлинного диалога и вовлечения во взаимодействие с брендом и* компанией;

– *принцип стремления к покупательским инсайтам и формирования капитала маркетинговых знаний*. Покупательский инсайт – это феномен раскрытия предпочтений клиента, его скрытых желаний, нужд на основе использования различных методов исследования, коммуникаций или маркетинг-аналитики. Компании, умеющие достигать покупательских инсайтов, обладают капиталом маркетинговых знаний.

Автором была проведена оценка уровня интеграции маркетинга в систему управления компаний и его влияния на результаты деятельности компаний.

Модель тестировалась на той же выборке (353 компании-респондента). Методология обработки данных включила использование методов корреляционного анализа, факторного анализа и метода моделирования структурными уравнениями.

Результаты показали, что наибольшее влияние на повышение уровня интегрированности маркетинга оказывает не внешняя среда ($\beta = 0.19$, $p < 0.001$), а внутренняя среда – претензии топ-менеджмента на лидерство ($\beta = 0.23$, $p < 0.001$). Это достаточно логичный результат, поскольку амбиции менеджеров обеспечивают выполнение целей, которые они ставят перед собой. При этом было доказано, что на результаты деятельности компании оказывают наибольшее влияние внутренние факторы – претензии компании на лидерство ($\beta = 0.33$, $p < 0.001$) – при чуть менее высоком влиянии факторов внешней среды ($\beta = 0.31$, $p < 0.005$). Тем не менее, существует значимая связь между уровнем интеграции маркетинга в систему управления компанией и результатами ее деятельности ($\beta = 0.19$, $p < 0.005$), что обусловливает необходимость уделять более серьезное внимания росту интегрированности маркетинга в систему управления компанией.

Вывод. Несмотря на существующие отличия развитых и развивающихся рынков, в целом в России тренды развития маркетинговых моделей совпадают с развитыми странами и ориентированы на формирование моделей интегрированного и холистического маркетинга. Спецификой этих процессов в России является их запаздывание, доминирование моделей частично интегрированного маркетинга в отличие от холистического маркетинга на Западе, а также интеграции маркетинговых бизнес-процессов на межфункциональном уровне в противовес корпоративному уровню на Западе.

Автором предложена модель интегрированного маркетинг менеджмента, выделены три уровня интеграции (корпоративный, меж- и функциональ-

ный) маркетинговых бизнес-процессов, показаны отличия неинтегрированного маркетинга от интегрированного и холистического, что создает предпосылки для развития современных и эффективных маркетинговых моделей российских компаний.

Список литературы

1. *Котлер Ф., Келлер К.Л.* Маркетинг менеджмент (12-е изд/). – СПб.: Питер, 2006. С. 43-45.

2. *Carter S.* The New Language of Marketing 2.0: How to Use ANGELS to Energize Your Market. Publishing as IBM Press, 2008.

3. *Frederick E. Webster Jr., Alan J. Malter and Shankar Ganesan.* The Decline and Dispersion of Marketing Competence. MIT SLOAN MANAGEMENT REVIEW. SUMMER 2005. VOL. 46 No. 4.

4. *Kumar V.* Evolution of Marketing as a Discipline: What Has Happened and What to Look Out For. Journal of Marketing. Vol. 79 (January 2015), p. 4.

УДК 334.021

Попова Юлия Федоровна
Сыктывкарский государственный университет

ПОНЯТИЕ СТРАТЕГИИ В СЕТЕВОМ ПОДХОДЕ

Аннотация. В статье представлены три основных подхода к разработке стратегии компании. Рассмотрены особенности стратегического управления бизнесом в контексте сетевого подхода. Проанализированы основные функции управления межфирменными отношениями в сетях: планирование, организация, мотивация сетевых субъектов и контроль в сети. Автором обоснована необходимость появления новой функции стратегического управления, в рамках которой осуществляется процесс координации и развития взаимоотношений с другими субъектами рынка: покупателями, поставщиками, конкурентами и др. Предложен комплексный подход к разработке и внедрению общей стратегии компании, предполагающий согласование корпоративной стратегии и стратегии управления межфирменными отношениями.

Ключевые слова: межфирменные отношения, процесс стратегического управления межфирменными отношениями, ресурсный подход, сетевой подход, теория стратегического менеджмента.

Popova Yulia, F.
Syktyvkar State University

CONCEPT OF STRATEGY IN A NETWORK APPROACH

Abstract. Article discusses 3 main approaches to the development of a company's strategy. The article considers characteristics of the strategic business management in the context of a network approach. The article analyses the main functions of the management of the intercompany relationships in the networks: planning, organization and motivation of the network subjects and control in the network. The author proves the need for a new function of the management of the intercompany relationships

© Попова Ю.Ф., 2017.

which will serve as a framework for the coordination and development with the other subjects in the market: consumers, suppliers, competitors and etc. The article offers a global approach to the development and implementation of a company's strategy, which requires coordination between corporate strategy and strategy of the management of the intercompany relationships.

Keywords: inter-firm relations, management process of the inter-firm relationships, network approach, resource approach, strategic management theory.

Сети стали неотъемлемой характеристикой современного промышленного рынка. Стратегические партнерства могут заменить процессы слияния и поглощения, которые являются более затратной и рискованной моделью развития. Добровольное и долговременное сотрудничество обеспечивает компаниям гибкость, усиливает их восприимчивость к инновациям и ориентированность на конечного потребителя, а также сокращает издержки производства и реализации продукции. Приверженность предоставляет доступ к ресурсам, контролируемым другими участниками рынка. Это позволяет их менеджерам одновременно осуществлять поиск источников получения «дополнительной ренты», проводить реконфигурацию ресурсов, чтобы адаптироваться к рыночной среде и поддерживать предпринимательские сети для развития бизнеса.

Новый взгляд на границы организации, введение понятия рыночного контекста, а также утверждение, что поведение фирмы определяется ограниченным количеством субъектов, каждый из которых является уникальным и стремится достичь своих собственных целей путем развития долгосрочных взаимозависимых отношений, привели к пересмотру в рамках сетевого подхода ряда положений теории стратегического управления.

В течение длительного времени было принято считать, что выработка стратегии является одной из главных задач менеджеров предприятий. В многочисленных работах по стратегическому планированию, как правило, утверждалось, что внешняя среда определяет стратегию предприятий. Сегодня понимание стратегии значительно расширилось. Можно выделить по крайней мере три подхода к ее разработке, когда стратегия определяется [3]: структурой отрасли; ресурсами, которыми располагает фирма; менеджерами предприятия.

Согласно *первому подходу* М. Портера с позиций отраслевой структуры, предприятие должно адаптировать внутреннюю среду к изменениям во внешней среде посредством проведения рыночного анализа. Данная схема работает в условиях достаточно стабильной среды. Если окружающая компанию среда динамична, ее изменения являются трудно прогнозируемыми. Для переориентации крупных предприятий необходимо время [4].

В основе *второго подхода* лежит ресурсная концепция, которая в последнее время заняла доминирующую позицию [1, 2, 6, 7, 8]. Единицей анализа в нем является не отрасль, а фирма. Высокий уровень рыночной конкуренции требует от компаний не столько адаптации к внешним силам бизнес-среды, сколько проактивного развития конкурентных преимуществ, основанных на уникальных компетенциях. Базовыми понятиями новой концепции являются ресурсы, способности и ключевые компетенции. При этом происходит смещение фокуса ключевых компетенций от отдельных компаний к сети.

Находящиеся в распоряжении предприятий ресурсы рассматриваются в качестве источника конкурентных преимуществ, делятся на материальные и нематериальные. Ко второй группе ресурсов кроме репутации и организационных способностей относят взаимоотношения с рыночными контрагентами. Вместо приспособления к окружающей среде компания создает и развивает свои уникальные ресурсы и способности, обеспечивающие ей получение ренты. Ресурсы являются стабильным элементом, их гибкость ограничена.

Но изменения в окружении предприятия могут обесценить его конкурентные преимущества и привести к выходу фирмы из бизнеса. Взаимоотношения компании с ключевыми субъектами рынка являются уникальным ресурсом, способным играть роль позиционного барьера. Поэтому без тесной связи с рынком ресурсный подход к стратегии также неполон. Постепенно в теории стратегического управления акцент смещается на межорганизационные аспекты формирования стратегий.

Третий подход основан на активном участии предприятия в создании среды, в которой оно функционирует.

Например, фирма может преодолевать турбулентность окружающей среды за счет имеющихся у нее избыточных ресурсов, позволяющих разрешать проблемы и использовать возникающие на рынке возможности. В такой ситуации компания должна располагать значительным запасом всех важных ресурсов. Поскольку ни одна организация не способна владеть всеми необходимыми ей ресурсами, источниками дополнительных ресурсов и возможностей компаний являются другие организации, т.е. внешняя среда. Интеграционная стратегия развития фирм проявляется одновременно в двух тенденциях: в формировании вертикально-интегрированных организаций, увеличивающих концентрацию капитала; в развитии межфирменных сетей (формальных соглашений и неформальных объединений) в рамках горизонтальной и вертикальной интеграции.

Таким образом, компания может в какой-то мере обезопасить себя от нестабильности внешней среды путем формирования и поддержания долговременных устойчивых связей с партнерами по рынку.

Возрастающие темпы глобализации мировой экономики, динамичное развитие технологий в сочетании с сетизацией рынка поставили под сомнение полезность традиционных методов стратегического планирования.

Поэтому наиболее приемлемым для использования предприятиями стал третий подход к стратегии. Он в какой-то мере сочетает в себе традиционный стратегический и ресурсный подходы. Но если согласно последнему ресурсы контролируются самой компанией, третья модель, в соответствии с которой менеджеры оказывают решающее влияние на стратегию предприятия, предполагает, что компании помимо собственных ресурсов могут посредством развития межорганизационных отношений получать доступ к ресурсам, контролируемым другими участниками сети. Поэтому первым шагом к формированию сети является определение ключевых компетенций фирм. Путем налаживания сетевых отношений компании создают относительно стабильное внешнее окружение. Межфирменные взаимодействия позволяют фирмам развивать отношения, обеспечивающие им

устойчивые конкурентные преимущества и получение «сетевой», или «отношенческой» ренты. Ее основными источниками являются специфичные инвестиции в бизнес партнеров, совместное использование взаимодополняющих ресурсов, снижение неопределенности, рост приверженности и др.

Новый взгляд на содержание стратегии, получивший развитие в рамках сетевого подхода, изменил отношение к проблеме управления эффективностью фирмы. В сетевом подходе эффективность организации определяется не уровнем ее «адаптации» внешнему окружению, а достижением совместимости с рыночным «контекстом», который формируется посредством взаимодействия и развития взаимоотношений с другими субъектами [5]. Поэтому стратегическое управление фирмой должно быть направлено на конструирование «контекста» и управление «портфелем взаимоотношений» с агентами рынка.

Основываясь на этом утверждении, следует говорить об изменении сущности функций и процессов стратегического управления взаимоотношениями в межфирменных сетях. Традиционно к основным *функциям управления* относят *планирование, организацию, мотивацию* и *контроль*. Рассмотрим, как изменяются эти функции по отношению к управлению межфирменными отношениями.

Планирование в сетях. Известно, что сетевой подход отвергает традиционное планирование в том виде, когда фирма сначала изучает условия внешней и внутренней среды, а затем разрабатывает и реализует конкретный план действий по достижению цели. Предполагается, что организация в процессе ежедневного взаимодействия с сетевыми партнерами постоянно корректирует свои действия. Планирование в сетях имеет особенности, связанные прежде всего с ростом значения оперативного интерактивного планирования деятельности. Интерактивное планирование означает текущее согласование и координацию совместной кооперативной деятельности сетевых субъектов с целью достижения совместных целей. При этом роль стратегического планирования заметно снижается в силу быстро меняющихся условий среды взаимодействия.

Интерактивное планирование следует рассматривать как новое понятие, подразумевающее совместный процесс планирования, реализуемый фирмами-партнерами, согласующими свою совместную кооперативную деятельность. Поэтому в процессе планирования компании принимают решения относительно степени вовлеченности партнеров в данный процесс. Коллективное планирование повышает информированность участников сети о планах их контрагентов, повышает согласованность организации всех процессов.

В отличие от него просто «планирование» носит односторонний характер, хотя и предполагает учет существующих и потенциально возможных условий внешней среды.

Другими словами, интерактивное планирование не отменяет процесс традиционного планирования. Фирма как участник сети должна развивать свои способности в сфере планирования таким образом, чтобы постоянно адаптировать свои стратегические планы к условиям, складывающимся в среде взаимодействия с рыночными партнерами.

Организация управления в сетях / координация межфирменного взаимодействия. Организация управления сетью предполагает наличие специальных

структур (органов), реализующих функции управления или управленческую деятельность. Разнообразие таких органов определяется целями создания и функционирования сети. Если сеть создается под строгим патронажем центральной фирмы, то она же и выступит центральным органом управления. Если же сеть не является высокоструктурированной и больше похожа на синергетическую систему с доминированием процессов самоорганизации, функцию управления межфирменными отношениями могут реализовывать отдельные компании, претендующие на роль лидеров рынка. Они же могут выступить инициаторами создания сетевого координирующего органа, осуществляющего общую координацию деятельности сети, в которой каждый сетевой субъект имеет своего представителя. В качестве подобной структуры могут выступить единые управленческие команды, отраслевые ассоциации, сетевые брокеры и др. Такой способ организации управления соответствует синергетическому подходу и институциональной методологии, поскольку управление сетью осуществляется посредством создания новых институтов, наделенных полномочиями управления всей сетью.

Мотивация сетевых субъектов. Вопросы мотивации участников сети в процессе управления взаимоотношениями являются, пожалуй, наиболее сложными и требуют специальных исследований, анализирующих сетевой контекст: цели участия в межфирменных сетях, ориентацию сетевых субъектов на развитие партнерских отношений, степень доверия между ними и т.п. Управление мотивацией сетевых субъектов и создание эффективного сетевого контекста позволяет влиять на эффективность управления внутрисетевыми процессами и сетью в целом. Поэтому компании необходимо организовать систему обучения и мотивации своего персонала, работающего с потребителями, определить формы вознаграждений. Мотивационная система может распространяться и на персонал, работающий в компаниях-партнерах.

Контроль в сети. Процесс контроля над развитием межфирменных отношений в сети требует разработки специфических, адаптированных к целям функционирования сетей, методов и показателей. Очевидно, что система мониторинга включает периодическую оценку целей формирования межфирменных отношений и результатов их достижения; изучение сетевого контекста, включающего анализ основных характеристик взаимоотношений, в том числе рассмотрение степени удовлетворенности партнеров; анализ стратегической, экономической и социальной эффективности взаимоотношений; оценку степени достижения индивидуальных и коллективных целей; изучение эффективности среды взаимодействия и др.

Результаты проведенного анализа свидетельствуют о необходимости появления новой функции стратегического управления, в рамках которой осуществляется процесс координации и развития взаимоотношений с другими субъектами рынка: покупателями, поставщиками, конкурентами и др. Поэтому стратегия управления межфирменными отношениями рассматривается как сетевой уровень традиционной иерархии стратегий фирмы, включающей функциональную, бизнес − и корпоративную стратегию.

Список литературы

1. *Катькало В.С.* Эволюция теории стратегического управления. СПб.: Изд. дом СПб. гос. ун-та, 2006. 548 с.
2. *Коллис Д.Дж., Монгомери Синтия А.* Корпоративная стратегия. Ресурсный подход. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. 400 с.
3. *Попова Ю.Ф.* Сетевая концепция управления межфирменными отношениями на промышленных рынках: дисс. на соиск. уч. степ. докт. экон. наук: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (Маркетинг). / СПб. гос. ун-т экон. и финансов. СПб., 2010. 453 с.
4. *Портер М.* Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 453 с.
5. *Hakansson H., Johanson J.* Formal and informal cooperation strategies in international industrial networks // *F.Contractor, P. Lorange* (eds.). Cooperative Strategies in International Business. Lexington, MA: Lexington Books, 1988. P. 369–379.
6. *Peteraf M.A.* The Cornerstones of competitive advantage: a resource-based view // Strategic Management Journal. 1993. №14(3). P. 179–191.
7. *Prahalad C.K., Hamel G.* The Core competence of the corporation // Harvard Business Review. 1990. № 68(3). P. 79–91.
8. *Wernerfelt B.* A Resource-based view of the firm // Strategic Management Journal. 1984. № 5(2). P. 171–180.

УДК 338.462

Сагинова Ольга Витальевна
Дюметц Жером
Российский экономический университет имени
Г.В. Плеханова

СЕРВИТИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ СЕРВИСНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. В статье рассматривается сервитизация как одна из современных тенденций развития экономики, в результате которой происходят изменения в рыночном предложении организаций, их уровне клиентоориентированности, организационной культуре, требованиях к умениям и навыкам персонала.

Ключевые слова: сервитизация, сервисные организации, клиентоориентированность, самообучающаяся организация, кастомизация.

Saginova Olga, V.
Dumetz Zsherom
Plekhanov Russian University of Economics

SERVITIZATION OF THE MODERN SERVICE ORGANIZATIONS

Abstract. The paper analyses the process of servitization as a tendency of modern economic development, resulting in changes in the market proposal, level of customer orientation, organizational culture and personnel skills requirements.

Keywords: servitization, service organisations, customer orientation, self-learning organization, customization.

© Сагинова О.В., Дюметц Ж., 2017.

В качестве одного из важнейших факторов современной экономики все чаще называют сервитизацию. Впервые введенный Вандермерве и Рада [11] термин обозначает сегодня процесс превращения услуг из вспомогательных сервисов в дифференцирующий признак, приоритетный компонент рыночного предложения компании [1, 6]. Казалось бы, сервисные организации в меньшей степени, чем производители физических товаров подвержены влиянию этой современной тенденции, ведь они уже работают в сфере услуг, которые являются основным продуктом компании. Однако в целом ряде научных работ авторы указывают на превращение сервитизации в значимый фактор развития сферы услуг [7]. Основными направлениями этого развития следует признать повышение требований к клиентоориентированности и самообучающий характер сервисных организаций.

Сервитизация экономики, превращение услуг из дополнительного фактора, способствующего привлечению клиентов и продаже физических товаров, в фактор формирования дифференцирующих характеристик и конкурентных преимуществ требует клиентоориентированности даже от промышленных компаний [6]. Сервисные организации переходят от предоставления отдельных и часто стандартных услуг к кастомизированным решениям специфических проблем их клиентов, работают в условиях современной экономики знаний, обслуживая разнообразные потребности индивидуальных и организационных потребителей в разных странах и культурах [1, 2].

Хотя сервитизация уже признана успешной стратегией для создания устойчивого конкурентного преимущества, переход к этой стратегии сопряжен с рядом трудностей. Олива и Калленбьерг [6] выделили три основных препятствия сервитизации. Во-первых, экономические выгоды сервитизации не очевидны, поэтому переход требует от компании усилий как во внешней, так и во внутренней среде. Во-вторых, даже понимая выгоды этой стратегии, компании не всегда обладают необходимыми умениями для реализации перехода. Наконец, приняв сервитизацию как стратегию, компания может потерпеть неудачу в ее реализации. Преодоление этих препятствий требует существенных изменений по двум направлениям: изменения культуры организации и обучение ее сотрудников новым умениям и навыкам [1, 6, 9].

Культура, присущая сервисным организациям отличается от культуры компаний производителей физических товаров и требует иных умений персонала. Для формирования рыночного предложения, основанного на услугах, также требуется особая квалификация персонала [9].

Часто трудности компании связаны с так называемым эффектом «path dependence», т.е. зависимости от прежних стратегий и разработанных, внедренных и продолжающих действовать процедур и процессов [10]. Для преодоления этого эффекта необходимы изменения в корпоративной культуре сервисных организаций [4]. Поскольку для сервисных организаций сервитизация означает разработку кастомизированных решений для клиентов, необходима высокая степень клиентоориентированности компании, способность сотрудников представить, как создается ценность с точки зрения потребителей.

Поскольку приобретение, обновление и сертификация знаний превратились в пожизненный процесс, и специалисты на протяжении своей профессиональной карьеры неоднократно осваивают новые знания и навыки, а часто и меняют области своей профессиональной деятельности, многие организации вовлечены в процесс постоянного обучения и переподготовки своих сотрудников. Созданием, передачей и оценкой знаний занимаются не только специализированные образовательные организации различных уровней (вузы, колледжи и т.п.), но и корпоративные университеты, тренинговые компании, сертификационные и аккредитационные организации, а также отделы любой организации, удовлетворяющие потребности в обучении персонала за счет собственного учебного подразделения. Такой отдел отвечает за проектирование, тестирование, организацию тренингов. В ряде случаев отдел обучения представляет собой отдельное подразделение, осуществляющее услуги по обучению не только собственных сотрудников, но и внешних клиентов. Если в небольших организациях вопросами обучения занимается отдел кадров, более крупные компании не только имеют независимые отделы для подготовки и переподготовки кадров, но в некоторых случаях даже создают независимые сервисные компании, например, корпоративные университеты. Корпоративный университет не присваивает квалификационных степеней и не выдает дипломов, ограничиваясь предоставлением возможностей для конкретной работы или конкретной компании, а также занимается обучением управленческого персонала своей материнской корпорации. Возрастание роли передачи знаний, обучения персонала новым навыкам в процессе реализации стратегии сервитизации приводит к необходимости превращения сервисной организации в самообучающуюся структуру.

Самообучающаяся организация – это организация, способствующая обучению всех ее членов, и занимающаяся непрерывным самосовершенствованием. Самообучающиеся организации характеризуются тотальным вовлечением работников в процесс совместно проводимых, осуществляемых благодаря коллективным усилиям, изменений, направленных на достижение общих ценностей и принципов [8].Кроме того, важным аспектом самообучающейся организации является ее способность к самосовершенствованию путем сбора и обмена информацией как внутри, так и с другими организациями.

П. Сейндж, один из признанных исследователей концепции самообучающейся организации, определил ее как организацию, в которой люди непрерывно расширяют собственные возможности по созданию действительно желаемых ими результатов, в которой вынашиваются новые, широкомасштабные модели мышления, в которой коллектив свободен в реализации своих стремлений, и в которой осуществляется непрерывное обучение комплексному видению [8]. Д. Гарвин особо выделил инновацию и сотрудничество, отмечая, что такую организацию отличает умение создавать, получать и передавать знание, а также модифицировать собственное поведение в соответствии с новыми знаниями и представлениями [5]. Это как раз те умения, которые столь востребованы в процессе сервитизации.

Для реализации стратегии необходима культура, ориентированная на внешнее и внутреннее сотрудничество. Для разработки и предложения на рынок касто-

мизированных сервисных решений организации нужен свободный обмен и приток информации: наличие соответствующих систем, гарантирующих проведение необходимых экспертиз в сети организации, и обеспечивающих накопление и обмен знаниями и опытом. Успешная сервитизавия требует приверженности политике обучения и личного развития, включая поддержку со стороны высшего руководства, стимулирование работников всех уровней к обучению.

Сервисной организации необходимо осознать ценность своих сотрудников, стимулировать их креативность, предложение новых идей и развитие воображения путем содействия развитию. Климат открытости и доверия позволяет стимулировать разработку индивидуальных идей, решительность в их отстаивании.

Важным аспектом самообучающейся организации является терпимое отношение к неудачам. Обучение на ошибках зачастую более эффективно, чем обучение на основе успешного опыта.

Многие современные производственные компании декларируют курс на сервитизацию, формируя свое рыночное предложение и конкурентное преимущество за счет услуг, обслуживания потребителей, знания и удовлетворения их особых потребностей. Сервисные организации часто не видят необходимости в усилении сервисной ориентации, продолжая предлагать на рынок стандартные услуги, ориентированные на среднего клиента. Сервитизация экономики затрагивает сервисные организации более глубоко, чем производителей товаров, требуя от них пересмотра всех процессов и процедур обслуживания клиентов, формирования потребительской ценности. Успешное предложение на рынке кастомизированных решений проблем своих клиентов вместо стандартных услуг основывается на превращении провайдера услуг в самообучающуюся организацию, одной из важнейших функций которой становится обучение и переподготовка персонала в условиях стимулирующей и информационно открытой организационной культуры.

Список литературы

1. *Baines, T., & Lightfoot, H.* (2013). Made to serve: how manufacturers can compete through servitization and product service systems. John Wiley & Sons.

2. *Brax, S. & Jonsson, K.* (2009). Developing integrated solution offerings for remote diagnostics: A comparative case study of two manufacturers. International Journal of Operations & Production Management, Vol. 29. No. 5, pp. 539-560.

3. *Brax, S.* (2005). A manufacturer becoming service provider - challenges and a paradox. Managing Service Quality 15(2), pp. 142-155.

4. *Ceschin, F.* (2014) Sustainable Product-Service Systems: Between Strategic Design and Transition Studies. Springer International Publishing.

5. *Garvin D. A.* Building a learning organization. Harvard Business Review, 71 (4). 1993. P. 78–91.

6. *Oliva, R. & Kallenberg, R.* (2003). Managing the transition from products to services. International Journal of Service Industry Management 14(2), pp. 160-172.

7. *Ryals Lynette & Rackham.* Neil Sales Implications of Servitization: The Implications of the Servitization Trend for Selling. Cranfield School of Management White Paper (February 2012). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.som.cranfield.ac.uk/som/dinamic-content/media/Sales%20Implications%20of%20Servitization%20White%20Paper%20Feb%202012%20v2.pdf (дата обращения 27.02.2017).

8. *Senge P.M.* The leader's new work: Building learning organizations. Sloan Management Review, 32(1), 7. 1990.
9. *Slack, N.* (2005). The changing nature of operations flexibility. International Journal of Operations & Production Management, 25(12), 1201-1210.
10. *Sydow, J., Schreyögg, G. & Koch, J.* (2009). Organizational Path Dependence: Opening the Black Box. Academy of Mangement Review 34(4), pp. 689-709.
11. *Vandermerwe, S. & Rada, J.* (1988). Servitization of business: Adding value by adding services. European Management Journal, 6 4), pp. 314-324.

УДК 338

Сидорова Екатерина Алексеевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЕ КАК МОДЕЛЬ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. Актуальность использования интернет-продвижения в качестве модели привлечения потребителей обусловлена быстрым развитием сети Интернет. Число пользователей Интернета постоянно увеличивается и соответственно количество потенциальных клиентов. Все большему числу компаний становится проще взаимодействовать со своей целевой аудиторией через Интернет, чем через другие каналы коммуникаций, поскольку именно в Интернете используется таргетированный подход. В данной работе рассмотрены теоретические основы современного интернет-продвижения, а также показан положительный эффект использования инструментов интернет-маркетинга на конкретном примере.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, интернет-продвижение, потребитель, контент-маркетинг, SEO, SMM, контекстная реклама, аудитория, банк, программа лояльности.

Sidorova Ekaterina, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

INTERNET PROMOTION AS A MODEL FOR ATTRACTING CONSUMERS IN THE MODERN ECONOMY

Abstract. The urgency of using Internet promotion as a model for attracting consumers is due to the rapid development of the Internet. The number of Internet users is constantly increasing and accordingly the number of potential customers. An increasing number of companies are finding it easier to interact with their target audience via the Internet than through other communication channels, since it is the Internet that uses the targeted approach. In this paper, the theoretical foundations of modern Internet promotion are considered, and the positive effect of using Internet marketing tools on a concrete example is shown.

Keywords: Internet marketing, internet promotion, consumer, content marketing, SEO, SMM, contextual advertising, audience, bank, loyalty program.

© Сидорова Е.А., 2017.

Продвижение – это комплекс мероприятий, которые направлены на повышение эффективности продаж за счет коммуникативного воздействия на потребителей. Продвижение обусловлено двумя целями: это повышение потребительского спроса и поддержание репутации компании. Говоря о продвижении нужно отметить, что оно является одним из направлений современного маркетинга.

Маркетинг встречается нам в повседневной жизни очень часто. Нас всюду окружают продукты маркетинга, начиная от зубной пасты до марки автомобиля. Именно благодаря маркетингу у потребителя есть выбор при покупке необходимого продукта в соответствии со своими потребностями и возможностями. В этом и состоит основная задача маркетинга – удовлетворить потребности потребителя при продаже продукта, а продажи – это неотъемлемая часть в процессе продвижения. Таким образом, продвигая какой-либо продукт или услугу необходимо понимать что, кому, где и когда мы предлагаем приобрести, т.е. правильно подбирать целевую аудиторию. С развитием Интернета это сделать становится гораздо проще, чем с помощью средств наружной рекламы или телевидения, которые в своем большинстве рассчитаны на массы. Особое значение приобретает интернет-продвижение как возможность для расширения клиентской базы и роста продаж.

Интернет-продвижение можно описать как модель привлечения потребителей, поскольку именно привлечение потребителей является основной целью такого продвижения. Как уже упоминалось выше, при раскручивании продукта в интернете используется таргетированный подход, и в интернет-продвижении выделяются несколько инструментов по привлечению возможных покупателей, которые предполагают выделение целевой аудитории. Среди этих инструментов можно выделить следующие:

- контент-маркетинг;
- SEO (Search Engine Optimization);
- SMM (Social Media Marketing);
- Контекстная реклама
- E-mail маркетинг и т.д.

Контент-маркетинг – это создание текста на сайте с интересной и полезной информацией для потребителя, причем эта информация должна быть проста для восприятия и распространения (в брошюрах, наружной и телевизионной рекламе тоже используется контент-маркетинг, но сейчас речь идет о продвижении в интернете, поэтому в докладе используется понятие интернет-маркетинга на сайте). Очень важно сделать контент удобным для распространения и расшаривания через кнопки социальных сетей (share), а для этого необходимо размещать на сайте картинки, которые могут привлечь внимание, интересный материал, который будет настолько интересен пользователю из целевой аудитории, что он захочет поделиться этой информацией в социальных сетях. Таким образом, схема размещаемой статьи должна быть следующей – постановка актуальной на данный момент времени проблемы, относящейся к целевой аудитории определенного продукта; подробная информация по данной проблеме, причины ее появления и путь к ее решению с использованием цен-

ных советов авторитетных лиц; ненавязчивое обоснование почему именно описываемый продукт способен помочь в решении поставленной проблемы.

Контент-маркетинг тесно связан с SEO, так как созданные статьи впоследствии должны начать повышать поисковой трафик. SEO – Search Engine Optimization, переводится как поисковая оптимизация или оптимизация под поисковые машины. Основная задача поисковой оптимизации состоит в том, чтобы определенный сайт был выведен на высокие позиции в поиске –Google, Yandex. Сейчас более чем у половины населения России есть доступ к сети Интернет, а значит эта категория потенциальных платежеспособных потребителей может искать в интернете товары и услуги, которые желает приобрести. При этом в интернете имеет место высокая конкуренция. Более 90 % пользователей интернета, как правило, обращают внимание на первые 5 сайтов первой страницы, которые выдает поисковая система при запросе. Для того чтобы попасть в ТОП-5 как раз необходима оптимизация сайта, то есть SEO. В SEO весомую долю занимают технические аспекты, такие как оптимизация HTML-страниц сайта, заголовков, мета-тегов, HTML-кода страниц, URL-документов сайта, внутреннее ссылочное ранжирование, анализ юзабилити и т.д., но важно понимать, что в широком смысле SEO направлено не просто на продвижение сайта и запросов поисковой системе, а на продвижение конкретного бизнеса, конкретной организации, продукта или услуг. Прежде чем подходить к техническим аспектам, в рамках SEO изучается то, что будет рекламироваться, изучается компания, чей сайт будет продвигаться, выявляются отличия и конкурентные преимущества товаров и услуг, и исследуются потенциальные покупатели. Таким образом, необходимо определить перечень предлагаемых товаров и услуг, исследовать цены на товары и услуги, и как они формируются, узнать способы приобретения товара/услуги, понять, чем данный продукт отличается продуктов конкурентов, изучить потенциального потребителя-возраст, доходы, причины покупки, категорию клиента и т.д. Получается, что SEO предполагает почти абсолютную точность в определении целевой аудитории, среди которой продвигается продукт.

Еще одним инструментом, который по такой же аналогии выявляет целевую аудиторию, является контекстная реклама. Контекстная реклама – это текстовые объявления, которые выдает поисковая система по запросам пользователя, если эти запросы были добавлены рекламодателем в настройки рекламной кампании. Объявления показываются пользователю именно тогда, когда он сам проявил интерес к продукту и скорее всего, готов его приобрести. Выделяют контекстную рекламу – поисковую и тематическую.

Поисковая контекстная реклама показывается в результатах поиска в крупнейших поисковых системах (Яндексе, Google, Рамблере, Поиск@mail.ru и др.) или по сайту (так называемые вертикальные поиски) в том случае, если запрос пользователя совпадает с ключевыми словами контекстного объявления. Тематическая контекстная реклама показывается на странице сайта, входящего в Партнерскую сеть рекламных систем, если тематика рекламы соответствует интересам пользователя.

В настоящее время для большинства веб-пользователей социальные сети заменили многие функции интернета, такие как просмотр фильмов, прослушивание музыки, просмотр новостей и доступ к простым играм через социальную сеть «ВКонтакте». Многие небольшие компании ограничиваются созданием паблика/профиля в социальных сетях, обходясь без сайта. Таким образом, продвижение в social media (SMM) необходимо для современного бизнеса. SMM-маркетинг – использование социальных платформ как каналов для продвижения бренда и решения других бизнес-задач. Среди социальных платформ наиболее популярными являются следующие – ВКонтакте, Facebook, Instagramm, Twitter, Одноклассники.ru и др. Важно понимать, что под SMM предполагается не открытая реклама, а построение сообщества бренда и предоставление ненавязчивого качественного контента, который привлекает аудиторию. При продвижении SMM используется неформальная атмосфера, которая располагает пользователей к восприятию продвигаемого продукта и услуги, так повысится лояльность и имидж бренда. В SMM важно создавать броские заголовки, интересные изображения и видео, а за счет вирусного маркетинга и сарафанного радио можно быстро и недорого поднять осведомленность о бренде. Так же SMM предполагает брендирование сообщества – все каналы коммуникации с аудиторией должны обладать единым стилем.

Учитывая, вышеуказанное, можно сделать вывод, что в SMM активно применяется контент-маркетинг. А контент-маркетинг совместно с SMM связаны с SEO, так как способствуют повышению посещаемости сайта. Контекстная реклама так же находится в зависимости с SEO, поскольку тоже способствует росту трафика как на сайте, так и в социальных сетях, и здесь тоже не обойтись без контент-маркетинга. То есть все эти техники находятся в тесной зависимости друг с другом.

Для эффективного продвижения в интернете, а значит и привлечения потребителей, стоит применять одновременно комплекс инструментов интернет-маркетинга и результат не заставит себя ждать. Действие интернет-продвижения можно продемонстрировать на множестве примеров. Нельзя оспорить необходимость использования инструментов интернет-маркетинга во всех коммерческих отраслях, специализирующихся на рынке B2C, особенно для стартапов. Но мы приведем менее очевидный пример, банк, а точнее одно из направлений его деятельности, которое необходимо продвигать. В наше время все более популярным становится безналичный способ оплаты товаров и услуг, этому способствует множество факторов, один из которых- удобство в использовании. Тем не менее, многие до сих пор предпочитают расплачиваться наличными денежными средствами, а банкам, в силу известных причин нужно увеличивать безналичные обороты по банковским картам. Сейчас многие банки практикуют программы лояльности для своих клиентов, такие как «Спасибо от Сбербанка», «Simply shopping» Сити Банка, программы от Альфа Банка и ВТБ24, и наконец «Скидки для Вас» от Райффайзенбанка. Суть этих программ – увеличить сумму транзакций по своим банковским картам, и для этого у них есть различные каналы коммуникаций с потребителем, но главным является интернет сайт. Схема работы банковской программы лояльности такова – банк

привлекает партнеров (магазины, рестораны, салоны красоты и т.д.), размещает информацию о партнере (логотип, описание и ссылку на сайт партнера) на своем сайте, а партнер, в свою очередь, предоставляет скидку клиентам при оплате банковской картой этого банка.

Рассмотрим программу лояльности Райффайзенбанка «Скидки для Вас». Программа федеральная, существует около десяти лет, имеет порядка 6 тысяч партнеров и, что немаловажно, у нее есть собственный сайт, обособленный от главного сайта Райффайзенбанка. В основном, потребители узнают о скидках того или иного партнера на сайте программы, либо из мобильного приложения Райффайзенбанка R-Connect. При этом на главном сайте Райффайзенбанка есть раздел «Акции и Скидки» с переходом на сайт «Скидки для Вас», где можно просмотреть весь список партнеров по категориям. В мобильном приложении есть раздел-кнопка «Скидки», само приложение определяет геолокацию клиента и выдает список партнеров по категории, местоположению и станции метро. То есть у сайта и мобильного приложения хороший показатель юзабилити, что положительно влияет на трафик. Кроме того банком регулярно осуществляется e-mail рассылка и дополнительная рассылка по сотрудникам с новыми и интересными старыми партнерами, в которой есть ограничения по содержанию, то есть учитываются правила контент-маркетинга. Так же у Райффайзенбанка есть профили в социальных сетях- «ВКонтакте», «Facebook», «Instagramm», где периодически появляются посты с упоминание программы «Скидки для вас». С помощью приложения SimilarWeb можно увидеть основные источники трафика сайта «Скидки для Вас» (рис. 1).

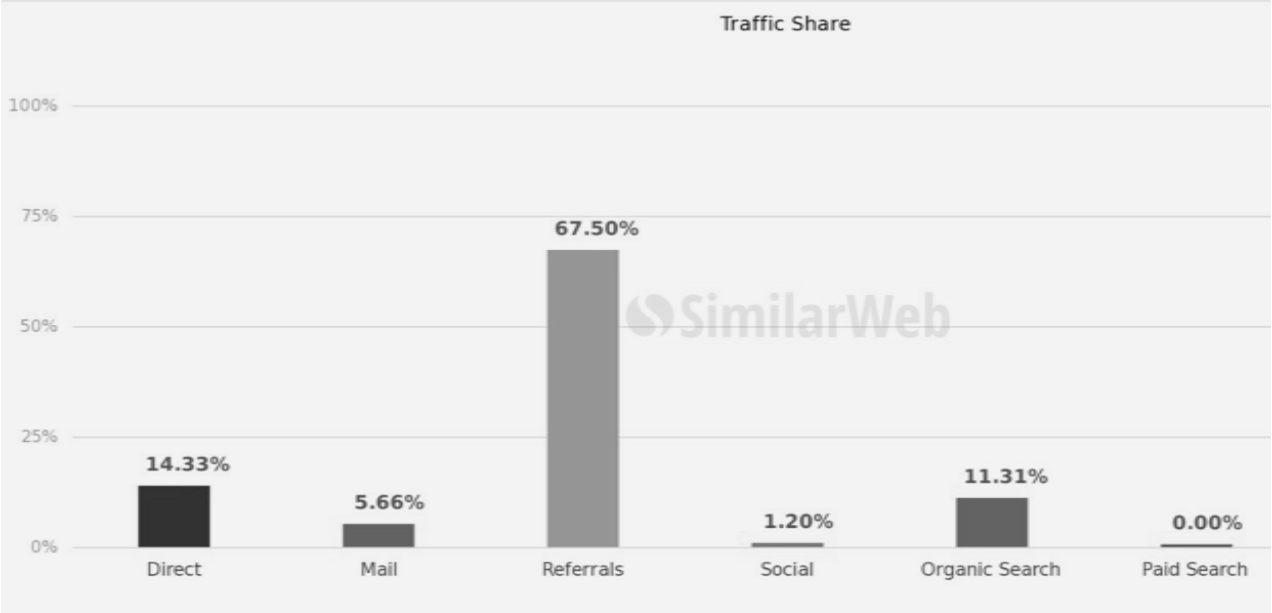


Рис. 1. Источники трафика сайта «Скидки для Вас».

14,33% – прямые заходы, т.е. переходы по закладке браузера, либо пользователь вбил адрес сайта вручную. Таким образом, постоянные посетители сайта «Скидки для Вас» и посетители, хорошо осведомленные о данной про-

грамме, составляют ≈14,33% от всех посетителей сайта; 5,66% – переходы из электронных писем (регулярная рассылка для подписчиков «Скидки для Вас»); 67,5 % – переходы по ссылкам на сайтах, в основном переходы на сайт «Скидки для Вас» осуществляются через сайт Райффайзенбанка. 1,20 % – доля переходов из социальных сетей, из них: 96,88% из «Вконтакте», 3,12% из Youtube; 11,31 % – трафик из поисковых систем (Google, Yandex). Как видно из графика, некоторые каналы нуждаются в дополнительном развитии, а некоторые вовсе необходимо вводить – контекстная реклама 0,00%.

Наиболее ярко видна эффективность программы в росте сумм транзакций по картам Райффайзенбанка у партнеров банка. В табл. 1 представлен краткий отчет по транзакциям партнеров. В рамках политики конфиденциальности вместо названия организации используются следующие наименования – ресторан, салон красоты, парк развлечений и салон тайского массажа.

Таблица 1

Отчет по транзакциям

Наименование организации	Сумма транзакций за декабрь 2016 в руб.	Сумма транзакций в месяце подключения к программе «Скидки для Вас» в руб.	Месяц подключения к программе «Скидки для Вас»	Рост транзакций на декабрь 2016 с месяца подключения
Ресторан	123903	36 178	август 2016	242,48%
Салон красоты	254502	127 944	ноябрь 2016	98,92%
Парк развлечений	88 222	21 040	июль 2016	319,31%
Салон тайского массажа	952 696	457 584	август 2015	108,20%

Как видно из табл. 1, месячные обороты у партнеров Райффайзенбанка увеличились с момента подключения к программе лояльности «Скидки для Вас», которая по большей мере использует интернет-каналы коммуникаций с потребителями, благодаря которым и выросли транзакции. Все это свидетельствует о том, что интернет-продвижение действительно работает даже в тех областях, где, казалось бы, оно не нужно.

Но не следует забывать о старом добром прямом привлечении потребителя, потому что сами партнеры привлекаются к сотрудничеству за счет прямого привлечения и аудитория банка, среди которой впоследствии будет распространяться информация о программе привилегий, привлекается за счет ком-

плекса каналов коммуникаций (ТВ-реклама, интернет реклама, прямое привлечение, печатная продукция, сарафанное радио и т.д.). То есть программа лояльности основное влияние оказывает на уже действующих активных и спящих клиентов, хотя порой некоторые потребители становятся клиентами банка только благодаря условиям системы лояльности. Таким образом, если для небольшого бизнеса достаточно такой модели привлечения потребителя, как Интернет-продвижение, то для крупной организации необходимо использовать совокупность каналов.

В заключение хотелось бы отметить, что в условиях современной экономики, активного развития информационного общества и технологий, очень непредусмотрительно не применять интернет-продвижение для развития своего бизнеса. Сейчас, когда конкуренция практически в любой отрасли велика, необходимо использовать все имеющиеся возможности по привлечению потребителя, особенно те, что эффективно работают.

Список литературы

1. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. М.: Вильямс, 2016. 752 с.

2. *Севостьянов И.О.* Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете. СПб.: Питер, 2010. 98 с.

3. Контент маркетинг – что это такое и как он работает. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://adne.info/kontent-marketing/ (дата обращения 22.01.2017).

4. Контекстная реклама. Основы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://elama.ru/faq/new_part_1.php?verify_authentication=false (дата обращения 22.01.2017).

5. Что такое и как происходит SMM и SMO продвижение в социальных сетях? [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://lpgenerator.ru/blog/2015/05/21/chto-takoe-i-kak-proishodit-smm-i-smo-prodvizhenie-v-socialnyh-setyah (дата обращения 22.01.2017).

УДК 336

Трачук Аркадий Владимирович
Линдер Наталия Вячеславовна
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ МОБИЛЬНЫХ ПЛАТЕЖНЫХ СЕРВИСОВ В РОССИИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ПОНИМАНИЮ ФАКТОРОВ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются детерминанты распространения розничных электронных платежных сервисов. Показано, что на восприятие потребителями новых электронных платежных сервисов оказывают влияние общие и специфические характеристики платежного сервиса, а также демографические характеристики потребителей.

Основными факторами, влияющими на принятие платежных сервисов компаниями сети распространения, являются: на организационном уровне – особенности деятельности принявших инновацию компаний (поставщики, посредники и проч.), инновационные особенности компаний принявших инновацию и межфирменные (сетевые) взаимосвязи. К внут-

© Трачук А.В., Линдер Н.В., 2017.

риорганизационным факторам следует отнести личные особенности сотрудников компании, система внутренней помощи в компании, отношение сотрудников к инновациям.

Ключевые слова: мобильные платежные сервисы, диффузия технологий, модель Ф. Дэвиса, факторы восприятия технологий, модель Э. Роджерса, сетевой эффект.

Trachuk Arkady, V.
Linder Natalia, V.
Financial University under the Government
of the Russian Federation

PROSPECTS OF APPLICATION OF MOBILE PAYMENT SERVICES IN RUSSIA: THEORETICAL APPROACH TO UNDERSTANDING OF FACTORS OF DISTRIBUTION

Abstract. In article determinants of distribution of retail electronic payment services are considered. It is shown that the general and specific characteristics of payment service, and also demographic characteristics of consumer shave impact on perception consumers of new electronic payment services. The major factors influencing acceptance of payment services by the companies of a network of distribution are: at organizational level – feature of activity of the companies which have accepted an innovation (suppliers, intermediaries, etc.), innovative feature soft he companies accepted an innovation and intercompany (network) interrelations. It is necessary to carry to intra organizational factors – personal features of staff of the company, system of the internal help in the company, the relation of employees to innovations.

Keywords: mobile payment services, diffusion of technologies, F. Davies's model, factors of perception of technologies, E. Rogers's model, network effect.

Введение

В России за последние годы рынок розничных платежных услуг претерпел серьезные изменения. Этому, как и в других странах, способствовало активное внедрение в повседневную жизнь информационно-коммуникационных технологий, возросшая мобильность населения, выход на рынок новых поставщиков платежных услуг, развитие электронной мобильной коммерции.

Считается, что мобильные платежи являются следующим шагом в развитии электронных розничных платежей, однако уровень их проникновения в России ниже, чем в европейских странах, а темп распространения ниже ожидаемого уровня.

В этой связи исследование особенностей принятия, а также потребительского поведения в сфере мобильных платежных услуг, современных потребительских ожиданий, степени доверия потребителей.

Мобильные платежные услуги: понятие и особенности распространения

Стремительное развитие электронной торговли и использования Интернета привело к появлению новых платежных механизмов, способных использовать уникальный потенциал Интернета в отношении скорости и удобства. Более широкое использование мобильных телефонов подтолкнуло банки и небанковские учреждения к внедрению новых платежных услуг для своих клиентов.

Платежи, совершаемые с использованием мобильных телефонов и Интернета, быстро распространились и приобрели в последнее время большое значение в области электронных розничных платежей по сравнению с электронными деньгами [1, 10].

В России в течение некоторого периода времени наблюдался переход от традиционных платежей с использованием бумажной технологии в сторону электронных платежей. Это вызвано увеличением предложения и качества электронного обслуживания, более низкими операционными издержками и общей тенденцией увеличения использования компьютеров и мобильных телефонов. Хотя платежи, совершаемые с использованием мобильных средств связи и Интернета, часто объединяются в одну категорию, они находятся на разных стадиях развития; в то время как платежи с использованием Интернета уже успешно функционируют, платежи, совершаемые с использованием мобильных средств связи, все еще находятся на ранней стадии развития. Так, в России в 2014 году безналичные платежи, проведенные на основании распоряжений, направленных физическими лицами в кредитные организации электронно, увеличились на 43,1% по количеству и на 45,1% по объему – до 9,5 млрд операций 227,7 на сумму 16,7 трлн рублей (90,7% от общего количества и 57,3% от общего объема), из них на платежи с использованием платежных карт приходилось 71,9 и 68,8% соответственно. Из них через сеть «Интернет» и с использованием мобильных телефонов было отправлено 27,3% распоряжений, а их доля в общем объеме электронных платежей составила 21,8%. Рост платежей через Интернет и мобильные устройства связи был характерен и для операций физических лиц с использованием платежных карт (на 42,8% по количеству и 37,8% по объему), их удельный вес составил 20,5% по количеству и 7,8% по объему (Источник: ЦБ РФ: Платежные и расчетные системы, выпуск № 50, 2016).

Анализируя диффузию мобильных платежных сервисов следует отметить, что на их распространение оказывают большое влияние так называемые сетевые эффекты, которые делят на внешние и внутренние. И внутренние и внешние сетевые эффекты, возникающие в системе розничных платежей, оказывают большое влияние на окончательный выбор инновационного продукта для его последующего внедрения на платежный рынок [5].

Подобно другим информационным сетям, основной сетевой эффект в системе платежей обусловлен тем фактом, что каждый новый пользователь увеличивает ценность сети для каждого пользователя, т.е. добавление одного дополнительного узла в сети создает положительный внешний эффект, или побочный результат, для всех других узлов.

Еще одним значимым фактором для проникновения и распространения электронных розничных платежей – является фактор восприятия инструментов электронных розничных платежей продавцами или компаниями сети распространения. В данном случае нам необходимо провести анализ технологического принятия на организационном уровне. Вместе с тем, число исследований, рассматривающих организационное технологическое принятия в электронных и мобильных розничных платежах и связанных областях, весьма ограниченно. Это связано с общей сложностью вопроса, т.к. подобное исследование должно рассмотреть два уровня принятия инноваций: организационный и внутриорганизационный [4, 9].

Теории восприятия технологий мобильных платежей потребителями

Потребители будут использовать мобильные платежные сервисы только тогда, когда будут способны их воспринять и готовы к их применению. При этом под приемлемостью или восприятием понимают степень готовности потребителей использовать предложенную технологию в конкретной ситуации [7].

При исследовании факторов восприятия потребителем платежного сервиса выделяют две группы факторов: факторы, связанные с характеристиками самого новшества и факторы, связанные с личностными и демографическими характеристиками потребителя – пол, возраст, уровень дохода, и проч. [1].

Характеристики мобильных платежных сервисов. Выделяют две группы характеристик технологий, в том числе и мобильных платежных сервисов: общие и специфические.

Общие характеристики новшества выявил Э. Роджерс в своей работе и отнес к ним: специфичность, возможность тестирования, воспринимаемость, сравнительное преимущество, сложность.

Специфические характеристики технологий были определены Ф. Девисом [5]: скорость, надежность, удовольствие от использования, контроль процесса использования, риск использования.

Рассмотрим характеристики потребителей по их восприимчивости мобильных платежных сервисов. Как было отмечено ранее, выделяют личностные и демографические характеристики потребителей.

К демографическим относят факторы:

− возраст потребителей. Влияние возраста на использование новых технологий достаточно неоднозначно. В работах [10; 14; 16] показано, что влияние возраста на готовность использования обусловлено видом новых технологий. В других работах [11; 12; 15] показано, что люди пожилого возраста менее готовы к использованию новых технологий и начинают применять их позже других;

− гендерное отличие. В отношении использования платежных сервисов также нельзя сделать однозначных выводов: в работах [6,9,13] показано, что существенных отличий в поведении мужчин и женщин при использовании электронных платежных сервисов нет, а в работах [4, 12, 16] говорится о том, что мужчины более склонны в целом к применению информационно – коммуникационных технологий, таких как интернет – банкинг, мобильных банкинг, покупка товаров он-лайн.

Вместе с тем демографические характеристики не дают полного понимания процесса восприятия новых электронных платежных сервисов, поэтому необходимо рассматривать личностные характеристики пользователей, к которым относят:

− самоэффективность – способность и вместе с тем уверенность пользователя в способности использования нового платежного сервиса [3, 8, 11]. Всегда, когда технология сложна для использования потребителем от нее отказываются и не используют в дальнейшем. Самоэффективность влияет на воспринимаемую полезность технологий и восприятие потребителем новой технологии;

− боязнь технологии – означает страх перед использованием новой технологии и является наиболее часто встречающимся препятствием для восприятия новой технологии. Боязнь технологий отрицательно влияет на процесс

восприятия технологий и характеризует нежелание потребителя использовать технические нововведения [2, 4, 7];

− социальное давление характеризует в какой степени социальное окружение оказывает влияние на поведение человека в отношении использования новых электронных платежных сервисов [4, 8, 13];

− - технологическая готовность – описывает насколько потребитель готов к использованию новых платежных сервисов и в зависимости от этого процесс восприятия может ускориться или наоборот замедлиться [6, 7, 10].

Следует отметить, что индивидуальные характеристики потребителей и факторы, влияющие на процесс принятия электронных платежных сервисов можно рассматривать с точки зрения моделей поведения потребителей.

Таким образом, восприятие нового вида электронного платежного сервиса зависит как от характеристик этого платежного сервиса, так и от личностных и демографических характеристик потребителей.

Восприятие технологий платежных сервисов компаниями сети распространения

Число исследований, рассматривающих организационное технологическое принятия в электронных и мобильных розничных платежах и связанных областях, весьма ограниченно. Это связано с общей сложностью вопроса, т.к. подобное исследование должно рассмотреть два уровня принятия инноваций: организационный и внутриорганизационный [6. С. 164-167]. Основными факторами, влияющими на принятие инноваций на организационном уровне, являются особенности деятельности принявших инновацию компаний (поставщики, посредники и проч.), инновационные особенности компаний принявших инновацию и межфирменные (сетевые) взаимосвязи. К внутриорганизационным факторам следует отнести – личные особенности сотрудников компании, система внутренней помощи в компании, отношение сотрудников к инновациям» [15].

Существенный вклад в исследование диффузии электронных платежных инструментов является попытка определить относительное преимущество электронных платежей для различных участников рынка как фактора, стимулирующего распространение электронных платежных инструментов. В большинстве работ указываются основные факторы, влияющие на намерение использовать электронные платежные сервисы: удобство, независимость местоположения и время [6, 9, 12]. Эти же факторы рассматривал и Меллат [8, 14], но при этом добавил факторы экономической выгоды, более дешевого обслуживания, и сокращения издержек для общества в целом.

Выводы и дальнейшие исследования

Рынок мобильных платежных сервисов является примером двухстороннего рынка: потребители захотят использовать мобильное приложение для оплаты, только если оно будет приниматься для платежей в достаточном количестве предприятий торговли (услуг), а предприятия торговли (услуг) захотят принимать платежи через мобильные сервисы, только при условии, что их будет использовать достаточное количество потребителей. Следовательно, главная задача на двустороннем рынке состоит в достижении критической массы пользователей с обеих сторон.

Основными факторами, влияющими на восприятие нового вида электронного платежного сервиса являются характеристики самого платежного сервиса, и личностные и демографические характеристики потребителей. На восприятие потребителями новых электронных платежных сервисов оказывают влияние общие характеристики платежного сервиса: (а) совместимость, (б) возможность тестирования, (в) воспринимаемость, (г) сравнительное преимущество, (д) сложность и специфические: (е) скорость, (ж) надежность, (з) удовольствие от использования, (и) контроль процесса использования, (к) риск использования. На восприятие потребителями новых электронных платежных сервисов оказывают влияние демографические характеристики потребителей: (л) возраст потребителей, (м) гендерные отличия и личностные: (н) самоэффективность, (о) боязнь технологии, (п) социальное давление, (р) технологическая готовность.

Основными факторами, влияющими на принятие платежных сервисов компаниями сети распространения, являются: на организационном уровне – особенности деятельности принявших инновацию компаний (поставщики, посредники и проч.), инновационные особенности компаний принявших инновацию и межфирменные (сетевые) взаимосвязи. К внутриорганизационным факторам следует отнести личные особенности сотрудников компании, систему внутренней помощи в компании, отношение сотрудников к инновациям».

Список литературы

1. *Трачук А.В., Корнилов Г.В.* Анализ факторов, влияющих на распространение безналичных платежей на розничном рынке // Вестник Финансового университета М., 2013 №4(76). С. 77-84.
2. *Apanasevic T.* (2014), ‘The effect of innovation on business networks’, In: Proceedings of the 30th Annual IMP Conference, Bordeaux, France, 1-6 September, 2014.
3. *Apanasevic T., Markendahl J., and Arvidsson N. (n.d.),* ‘Stakeholders’ expectations of mobile payment in retail: Lessons from Sweden’, To be published, Submitted to International Journal of Bank Marketing, April 2015.
4. *Arvidsson, N.* (2014), ‘Consumer attitudes on mobile payment services – results from a proof of concept test’, International Journal of Bank Marketing, Vol. 32 No. 2, pp. 150-170.
5. *Davis, F.D.* (1989), ‘Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology’, MIS Quarterly, Vol. 13 No. 3, pp. 319-340.
6. *Frambach, R.T. and Schillewaert, N.* (2002), ‘Organizational innovation adoption: A multi-level framework of determinants and opportunities for future research’, Journal of Business Research, Vol. 55 No. 2, pp. 163-176.
7. *Goldenberg, J., Libai, B., and Muller, E.* (2010), ‘The chilling effects of network externalities’, International Journal of Research in Marketing, Vol. 27 No. 1, pp. 4-15.
8. *Karnouskos, S. and Fokus, F.* (2004), ‘Mobile payment: A journey through existing procedures and standardization initiatives’, IEEE Communications, Vol. 6 No. 4, pp. 44-66.
9. *Mahler, A. and Rogers, E.M.* (1999), ‘The diffusion of interactive communication innovations and the critical mass: The adoption of telecommunications services by German banks’, Telecommunications policy, Vol. 23 No. 10, pp. 719-740.
10. *Mallat, N.* (2007), ‘Exploring consumer adoption of mobile payments – A qualitative study’, Journal of Strategic Information Systems, Vol. 16 No.4, pp. 413-432.
11. *Mallat, N., Rossi, M., Tuunainen, V.K., and Öörni, A. (*2009), ‘The impact of use context on mobile services acceptance: The case of mobile ticketing’, Information and Management, Vol. 46, pp. 190-195.
12. *Püschel, J., Mazzon, J.A., and Hernandez, J.M.C.* (2010), ‘Mobile banking: proposition of an integrated adoption intention framework’, International Journal of Bank Marketing, Vol. 28 No. 5, pp. 389-409.

13. *Schierz, P.G., Schilke, O., and Wirtz, B.W*. (2010), 'Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical research', Journal of Electronic Commerce Research and Applications, Vol. 9 No 3, pp. 209-216.

14. *Shaw, N.* (2014), 'The mediating influence of trust in the adoption of the mobile wallet', Journal of Retailing and Consumer Service, Vol. 21 No 4, pp. 449-459.

15. *Shin, D.* (2009), 'Towards an understanding of the consumer acceptance of mobile wallet', Computers in Human Behavior, Vol. 25 No 6, pp. 1343-1354.

16. *Yang, S., Lu, Y., Gupta, S., Cao, Y., and Zhang, R*. (2012), 'Mobile payment service adoption across time: An empirical study of the effects of behavioural beliefs, social influences, and personal traits', Computers in Human Behavior, Vol. 27 No. 1, pp. 129- 142.

УДК 338

Трефилова Ирина Николевна
Кассюра Евгений Владимирович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

МАРКЕТИНГ В ЦЕПОЧКЕ ЦЕННОСТИ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ИССЛЕДОВАНИЙ

Аннотация. Авторы показывают, что маркетинг и инновации все чаще становятся ключевыми компетенциями для рыночных лидеров, поскольку обеспечивают принятие инноваций потребителями и их лояльность. Однако модели взаимодействия маркетинга и инноваций до сих пор слабо изучены. В статье рассматриваются основные отличия механизмов взаимодействия маркетинга и подразделения R&D, а также маркетинговых инструментов в различных частях цепочки ценности (up and down stream). Авторы показывают, что эти отличия обусловлены доминированием различных типов инноваций в up и down stream – революционных и эволюционных. В статье также формулируются основные направления будущих исследований в области B2B маркетинга, связанные с разработкой методологии (моделей, механизмов, методик, инструментов) маркетинга инноваций в цепочке ценности на основе принципов экономики сотрудничества (взаимодействия и разделения ресурсов).

Ключевые слова: B2B маркетинг, маркетинг инноваций, цепочка ценности, маркетинг в up и down stream, маркетинговая стратегия в цепочке ценности, маркетинг в цепочке ценности.

Trefilova Irina, N.
Kassura Evgeniy, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

MARKETING IN THE VALUE CHAIN: IDENTIFY RESEARCH PERSPECTIVES

Abstract. The authors suggest that marketing and innovation are increasingly becoming the key competencies for the market leaders, because it provides the adoption of innovations to the customers and their loyalty. However, the interaction model of marketing and innovation is still poorly understood. The article discusses the main differences between the mechanisms of interaction the marketing and R & D, as well as marketing tools in different parts of the value chain (up and down stream). The authors suggest that these differences are due to the dominance of different types of innovations in up and down stream – the revolutionary and evolutionary. The article also formulates

© Трефилова И.Н., Кассюра Е.В., 2017.

the main directions for future research in the field of B2B marketing, associated with the development of methodologies (models, tools, methods, tools) the marketing innovation in the value chain based on the principles of collaborative economy (interaction and resource sharing).

Keywords: B2B marketing, innovation's marketing, value chain, marketing in up and down stream, the marketing strategy in the value chain, marketing in value chain.

Маркетинг и инновации все чаще рассматриваются как ключевые драйверы и условия успешного развития бизнеса [2], в связи с чем возникает необходимость исследования взаимосвязи между этими понятиями как на концептуальном, так и на практическом уровне. Исследование стоит начать с рассмотрения «теории обстоятельств высокотехнологичного маркетинга» [7]. Основная идея этой теории состоит в том, что маркетинговая деятельность и особенно маркетинговая стратегия зависят от типа инноваций, которые производит компания (рис. 1).

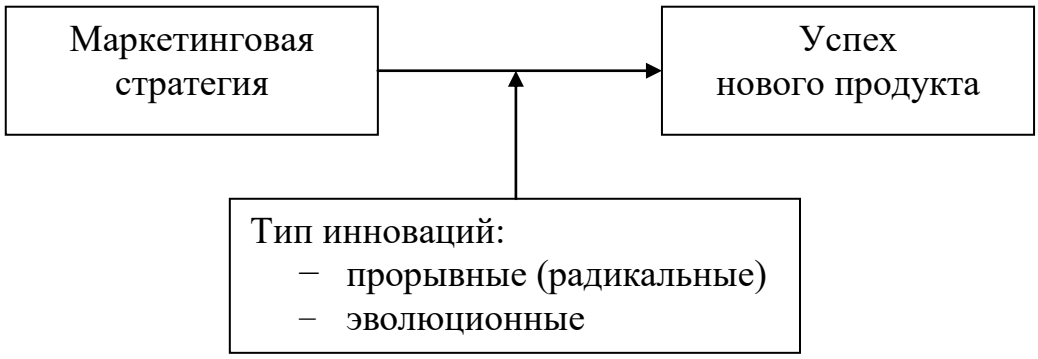


Рис. 1. Теория обстоятельств высокотехнологичного маркетинга [7. С. 32]

Таким образом, в зависимости от типа инноваций следует использовать разный набор маркетинговых стратегией по всему маркетинг-миксу, что и приведет компанию к успеху. Используя соответствующие маркетинговые стратегии, компании повышают свои шансы на успех.

Отсюда становится важным выделение различных типов инноваций. С точки зрения многих авторов, наиболее ярко разницу в поведении компании на рынке и в применяемых компанией стратегиях, особенно в отношении разработки и продвижения инноваций на рынок, отражает деление инноваций на постепенные (эволюционные) и радикальные (революционные) [1, 7] (рис. 2).

Считается, что разный тип инноваций доминирует в разных частях цепочки ценности [7]. Так, в down stream чаще доминируют эволюционные инновации, а в up stream – революционные. Разный тип инноваций по-разному влияет на процессы, происходящие в цепочке ценности с точки зрения взаимодействия с партнерами, включая потребителей по всему инновационному циклу.

В up stream на рынках добывающих и перерабатывающих компаний ключевым конкурентным преимуществом является наличие эффективной технологии добычи или переработки, позволяющей оптимизировать затраты при высоком качестве конечного продукта. Отсюда критической является роль R&D активности. Если в результате R&D появляются новые продукты и технологии, то

служба маркетинга должна найти для них рынки и превратить вертикальный спрос в горизонтальный.

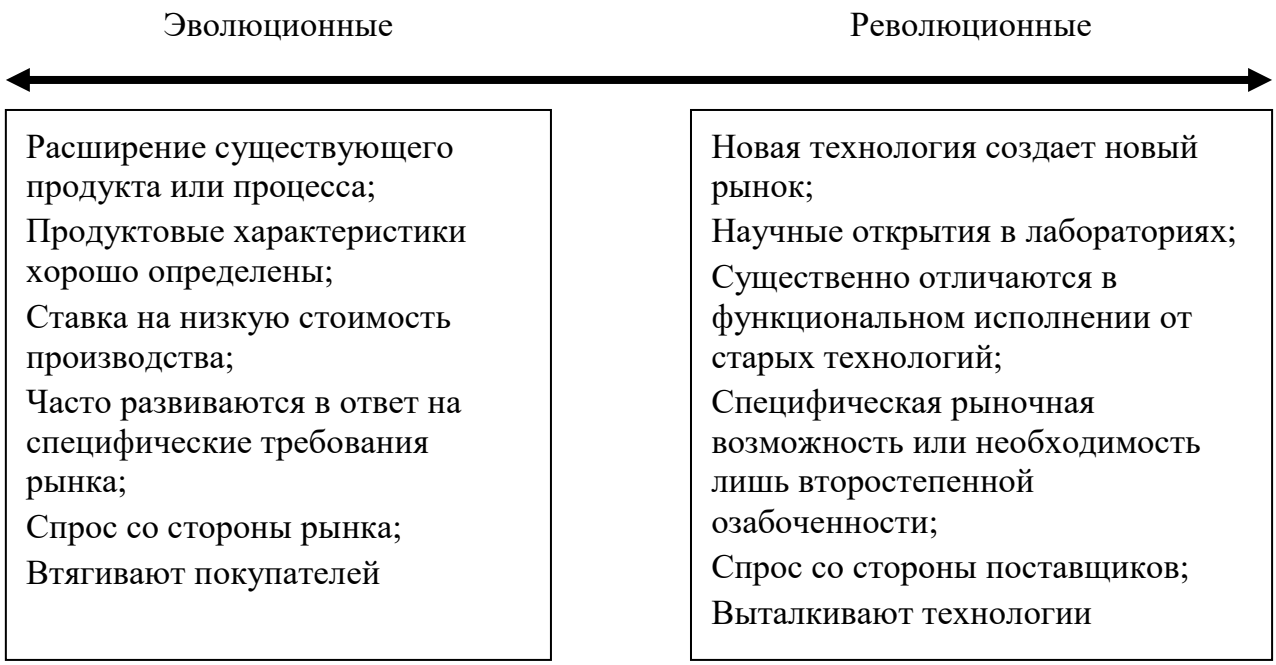


Рис. 2. Континуум инноваций [7. С. 26]

Поскольку революционные технологии и продукты разрабатываются на основе проактивного подхода, то есть роль исследования покупателей и их потребностей достаточно низкая, то традиционные методы маркетинговых исследований потребителей здесь не работают. Для таких целей в литературе существует целый ряд методов исследования покупателей, нацеленных на поиск инновационных и прорывных решений: «Голос покупателя» (Griffin и Hauser, 1993) [5], «Ведущий пользователь» (von Hippel et al, 1986) [10], «Визит к клиенту» (Mcquarrie 2008) [8].

Что касается продвижения инноваций, то в up stream скорее будет использоваться когнитивный маркетинг, то есть обучение покупателей и потребителей использованию и технологии потребления инноваций, формированию навыков и потребительских компетенций, культуры потребления [3]. Цена на революционные инновации будет относительно высокой, поскольку за прорывные инновации покупатель готов платить существенно больше.

В down stream доминируют эволюционные инновации, для появления и распространения которых критически важным фактором является эффективное взаимодействие с потребителем (маркетинг отношений и со-творчество) и традиционные технологии продвижения. Потребители являются активными со-творцами эволюционных инноваций, помогая поставщикам адаптировать их для разных рынков и групп потребителей, совершенствовать дизайн и др. ха-

рактеристики решения. Традиционные маркетинговые исследования (опросы, интервью, фокус-группы, маркетинг-аналитика на основе БД) являются очень популярными и эффективными инструментами поиска покупательских инсайтов в down stream. Вся эта информация в обработанном виде обычно поступает в подразделение R&D для определения основных потребительских свойств продукта для обеспечения лучшего удовлетворения потребителей и их удержания. Маркетинговые стратегии продвижения основаны на сегментации, таргетинге и позиционировании, развитии уникальных нематериальных активов в виде брендов и обеспечении конкурентной цены инновации.

Совет B2B Лидерства в Институте по изучению бизнес-рынков (ISBM), который состоит из ряда директор по B2B маркетингу и академических ученых из сферы B2B маркетинга, в 2011 году реализовал проект с целью выявления наиболее перспективных направлений исследований в сфере B2B маркетинга. По результатам этого проекта были сформулированы четыре наиболее перспективные области исследований в сфере B2B маркетинга: совершенствование методов понимания потребностей потребителей и их вовлечение в развитие новых продуктов; инновации за пределами лабораторий компаний; распространение и применение академических исследований в компаниях; всеобъемлющая роль маркетинга в инновациях [4].

Как видно, все темы связаны с исследованием взаимодействия маркетинга и инноваций, влияния маркетинга на эффективность инновационного цикла от генерирования идеи инновации до ее воплощения и доведения до конечных потребителей.

В этом направлении уже написано достаточно много работ, в которых сделаны разные акценты, например, на повышение качества сбора информации о клиентах, на применение разных техник исследований потребителей в B2B сфере и т.п. Деловые клиенты принципиально отличаются от розничных потребителей, они представляют собой отдельные организации, чьи потребности не могут быть легко смоделированы или поняты с помощью лабораторных экспериментов. Поэтому до сих пор не найдено универсального способа взаимодействия с деловыми покупателями, который давал бы 100%-ный результат эффективных инноваций. Более того, существуют противники использования новых методов взаимодействия с клиентами, например, их вовлечения в сотворчество ценности. При этом используется два веских аргумента.

Во-первых, противники считают, что для вовлечения клиентов в разработку придется делиться с ними важной технологической, коммерческой и другой информаций, в результате чего фирма может пострадать в будущем. При этом покупатели считают точно также. Во-вторых, информация от клиентов должна собираться напрямую без посредников, а большинство промышленных клиентов географически удалены, что приводит к высоким затратам на взаимодействие. При этом даже уже собранная информация может оказаться недостоверной, поскольку трудно обеспечить качество сбора объективной информации.

Даже те маркетинговые руководители, которые признают преимущества вовлечения клиентов в инновационный процесс, часто поднимают три вопроса:

(1) Каких клиентов следует вовлекать?

(2) Как их следует вовлекать? и

(3) Как они могут оценить вклад такого вовлечения? [4]

Практика показывает, что менеджеры ищут клиентов, которые могут внести ценный вклад в развитие инноваций без опасности утечки информации и оппортунизма [9]. Нахождение «правильных» клиентов особенно важно на B2B рынках, где влияние клиента (конечного пользователя) может быть ключом к успеху инноваций. Таким образом, выбор клиента для исследования должен учитывать всю цепочку создания ценности фирмы, а не только прямых клиентов фирмы. Проблема состоит в том, что с этими клиентами может быть очень трудно связаться, а прямые клиенты фирмы иногда не делятся информацией о своих клиентах, рассматривая ее как собственность и нематериальный клиентский актив.

Некоторые исследования все же дают представление о том, как выбрать соответствующего клиента – например, концепция ведущего пользователя [10]. Ведущие пользователи – это частные лица, для которых проблема настолько важна, что они самостоятельно разрабатывают ее решение. Автором было предложено рассматривать этих пользователей в качестве основного актива или средства разработки инновационных программ. Тем не менее, данная техника не получила широкого распространения в практике B2B маркетинга.

Не смотря на это, очевидно, что необходимость лучшего понимания потребностей клиентов в будущем будет только расти. Рынки оказывают все большее внимание предложению продукта по более низким ценам, с меньшим количеством функций и упрощенной конструкцией, что позволяет изготавливать и поставлять их быстрее и дешевле.

Помимо этого, и практики, и ученые, знакомые с развивающимися рынками, подчеркивают необходимость лучшего понимания контекста организационных покупок на развивающихся рынках, которые существенно отличаются от развитых рынков из-за более важной роли правительств и неправительственных организаций в экономике развивающихся стран [4].

Таким образом, существует множество противоречивых мнений и советов, результатов исследований, из которых абсолютно невозможно сделать однозначные выводы и рекомендации о том, как маркетинг может помочь компании создавать новые успешные продукты.

В качестве вывода данной статьи хотелось бы определить перспективное направление дальнейших исследований в сфере взаимодействия маркетинга и инноваций на B2B рынках. По нашему мнению, эти исследования находятся в сфере поиска эффективных механизмов взаимодействия подразделений маркетинга и R&D как внутри компании, так и с внешними партнерами по цепочке ценности, включая конечных покупателей. Другими словами, речь должна идти о разработке методологии (моделей, механизмов, методик, инструментов) маркетинга инноваций в цепочке ценности на основе принципов экономики сотрудничества (взаимодействия и разделения ресурсов).

Список литературы

1. *Фостерс Р.* Созидательное разрушение. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.

2. *Юлдашева О.У.* Реалии и перспективы развития маркетинга взаимодействия в России на стратегическом уровне: сетевая перспектива // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник НИЦ корпоративного права, управления и венчурного инвестирования. Сыктывкар: СыктГУ, 2014. №1. С. 56-77.

3. *Юлдашева О.У.* Когнитивный подход к формированию потенциального спроса на товары и услуги фирмы // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. 2006. №2. С. 130-149.

4. *Griffin A., Josephson B.W., Lilien G., Wiersema F., Bayus B., Chandy R., Dahan E., Gaskin S., Kohli A., Miller C., Oliva R., Spanjol J.* Marketing's roles in innovation in business-to-business firms: Status, issues, and research agenda. Mark Lett (2013), 24, p. 323–337.

5. *Griffin A., & Hauser J. R.* (1993). The Voice of the Customer. Marketing Science, 12(1), p.1–27.

6. *Lilien, L. G., Morrison, P., D., Searls, K., Sonnack, M., & Von Hippel, E.* (2002). Performance assessment of the lead user idea-generation process for new product development. Management Science, 48(8), p.1042–1059.

7. *Mohr J., Sengupta S., Slater S*. Marketing of high technology products and innovations. Prentice hall, 2010.

8. *Mcquarrie E.F.* Customer Visits: Building a Better Market Focus, 2008.

9.*Noordhoff, C. S., Kriakopoulos, K., Moorman, C., Pauwels, P., & Dellaert, B.G.C.* (2011). The bright side and dark side of embedded ties in business-to-business innovation. Journal of Marketing, 75(5), p.34–52.

10. *Hippel, E.* (1986). Lead users: a source of novel product concepts. Management Science, 32, p.791-805.

УДК 339.138

Фирсанова Ольга Владимировна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

«ЗЕЛЕНАЯ» ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ: ПРОБЛЕМЫ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ И ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. Тренды в современной мировой экономике, связанные с развитием ресурсо-, энергоэффективности, социальной ответственности и этики, являются определяющими для маркетинга как ведущей области рыночной деятельности компаний. Выдвигается идея о том, что внедрение принципа клиентоориентированности и эффективность формирования клиентоориентированных моделей взаимодействия компании с рыночными партнерами и, прежде всего, потребителями, в условиях «зеленой» экономики во многом определяется стадией жизненного цикла организации. В качестве методологической основы для реализации принципа клиентоориентированности предлагается представление об организации как «живой» системе.

Ключевые слова: «зеленая» экономика, методология маркетинга, принцип клиентоориентированности, жизненный цикл организации, взаимодействие с потребителями.

© Фирсанова О.В., 2017.

Firsanova Olga, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

«GREEN» ECONOMY AND MODERN MARKETING: PROBLEMS OF CLIENT-ORIENTATION OF ORGANIZATIONS AND THEIR LIFE CYCLE

Abstract. Trends in the modern world economy, associated with the development of resource and energy efficiency, social responsibility ethics, are crucial for marketing as a leading area of market activity of the companies. In the article the idea is stated, that the introduction of the customer orientation principle and the effectiveness in formation of client-orientated models of the company's interactions with partners on the market, above all, with consumers, in the context of «green» economy is mostly determined by the organization's life cycle stage. As a methodological basis for client-orientation principle realization it is proposed to represent the organization as a «living» system.

Keywords: «green» economy, marketing methodology, customer-oriented principle, organization's life cycle, interaction with consumers.

Современный маркетинг находится сегодня на важном этапе своего развития, связанном с необходимостью реализации ведущих мировых тенденций по формированию «зеленой» экономики.

По материалам, содержащимся в докладах ЮНЕП, главным в «зеленой» экономике является рост благосостояния людей [2, 4, 5]. Другими словами, «зеленая» экономика связана с реализацией основных направлений по ресурсо-, энергоэффективности, а также социальной ответственности и этическому поведению субъектов рынка как в отношении среды деятельности, так и в отношении партнеров по рыночной сети, и, прежде всего, потребителей.

Российская экономика, являясь частью мирового хозяйства, должна будет перейти в новое качественное состояние, в котором эффективность, ответственность и этика будут определяющими критериями успеха. Для этого в экономике России создаются определенные предпосылки. В частности, Правительством РФ разрабатываются, Президентом РФ утверждаются различные документы. В качестве примеров можно привести такие важнейшие документы, как «Климатическая Доктрина», принятая в 2009 году, «Доктрина энергетической безопасности», «Энергетическая стратегия РФ до 2035 года», соответствующие Указы Президента РФ, Федеральные Законы и другие документы.

В российской научной среде проводятся конференции мирового и российского уровней, на которых указанные проблемы по реализации мирового тренда на «озеленение» экономики активно обсуждаются. Тем не менее, если проанализировать научные публикации, посвященные развитию деятельности субъектов рынка в контексте мировых трендов, то в отношении «зеленой» экономики в подавляющем большинстве случаев внимание исследователей сосредоточено на устойчивом развитии, энергоэффективности, сокращении выбросов, новых технологиях и т.д. Вопросы же социальной ответственности, этики, клиентоориентированности и другие, имеющие непосредственное отношение к

маркетингу и его роли в реализации важнейших аспектов «зеленой» экономики, остаются за пределами внимания исследователей.

Принцип клентоориентированности, возведенный сегодня во главу угла в маркетинге, реализуется в основном в виде моделирования поведения потребителей и построении систем взаимоотношений с ними, основанных на различных CRM-платформах. Более того, в современном маркетинге по непонятным причинам проблемы этических отношений с потребителями, а, тем более, ресурсо-, энергоэффективность во взаимосвязи с удовлетворением его потребностей остается за гранью внимания исследователей. Причина кроется скорее всего в слабой развитости российского рынка, в недостаточной образованности потребителя, его низкой платежеспособности и сосредоточенности на удовлетворении потребностей низших уровней классификации Абрахаама Маслоу.

Действительно, нет спроса на ресурсо- и энергоэффективность, социальную ответственность и этику, следовательно, у производителя нет и необходимости реализовывать эти аспекты «зеленой» экономики во взаимодействиях с потребителем. Однако, российский потребитель развивается, «растет» в духовном плане, и актуальность решения указанных проблем через удовлетворение его потребностей становится все заметнее. Данное обстоятельство требует методологического обоснования.

Согласно традициям философии и методологии науки, любая организация представляет собой многомерную систему. Ее структура насыщена, взаимосвязи между ней и внешней средой многогранны. В методологических границах современного маркетинга ее деятельность сконцентрирована в двух, казалось бы, взаимоисключающих направлениях: стабилизирующем и динамизирующем.

Задача стабилизирующего направления состоит в том, чтобы поддерживать ее существующую внутреннюю среду и текущую активность, задача же динамизирующего состоит в изменении существующего положения дел в организации. При этом, учеными и практиками, реализующими себя в маркетинге, осознается факт того, что готовность к изменениям в компании не формируется сама собой, она есть следствие управления изменениями.

Как следует из анализа источников [например, 8, 10, 11 и др.], управление изменениями было сформулировано в период ужесточения конкуренции и повышения неопределенности среды деятельности, что усиливает роль и повышает значение маркетинга для компании, особенно в тренде «зеленой» экономики. Основные положения, отражающие сущность изменений в компании, состоят в следующем.

Во-первых, известен факт, что изменения всегда сопровождаются сопротивлением, связанным и инертностью ценностных «структур» компании. Поэтому маркетинговые программы по управлению изменениями, включающие, например, планирование коммуникаций и др., могут быть эффективны для компаний, внедряющих изменения в свою деятельность.

При этом метод исследования будущих изменений состоит в том, что текущую ситуацию в организации закладывают в модель будущих изменений. Существующие при этом проблемы относятся не к определению будущих количественных значений, а к предсказанию будущих структур. Предметом же

исследования здесь является собственно процесс изменения, то есть развитие компании в ходе изменений ряда факторов (и количественных и качественных).

Описать указанное с позиций методологии маркетинга можно, используя разработки в области жизненных циклов.

Первым исследованием жизненных циклов в маркетинге, определением его стадий, этапов, составлением их характеристик и т.д. занимался Гарднер Дж. (1965 г.). Моделирование жизненного цикла компании можно найти в первых работах Липпитта Г. и Шмидта У. (1967 г.). Такие авторы, как Скотт Б. (1971 г.), Грейнер Л. (1972 г.) и другие в начале 70-х годов расширили и углубили представления о развитии организации с точки зрения выполнения ею рыночных функций. С накоплением эмпирических данных, активно собираемых авторами в 80-х годах, появились модели жизненных циклов организаций Торберта (1974 г.), Лидена Ф. (1975 г.), Адизеса И. (1979 г.), Куинна Р.и Камерона К. (1983 г.), Дафта Р. и других [3].

В частности, Адизес И. отмечает, что «…организации имеют жизненные циклы, так же, как и живые организмы; они проходят через нормальные трудности и проблемы, которые сопровождают каждую стадию организационного жизненного цикла и сталкиваются с переходными проблемами при движении на следующую фазу развития. Организации учатся решать эти проблемы самостоятельно, или они развиваются в ненормальные «болезни» которые приводят в тупик – проблемы, которые обычно не могут быть решены без внешнего профессионального вмешательства» [7].

В частности, этим автором, которого по праву считают одним из основателей как теории изменений, так и теории жизненных циклов организации, выделяются такие контекстуальные и структурные переменные организации, как «возраст, размер, нормальные проблемы и проблемы перехода» и «структурная форма, формализация политик и процедур, необходимые лидерские характеристики, разнообразие, сложность», исследование которых позволяет определить стадию жизненного цикла организации.

Среди российских авторов исследованиями в области моделей жизненных циклов в разное время занимались Глухова Е.В., Широкова Г.В., Яковенко Е.Г. и другие. В частности, Широкова Г.В. утверждает, что основная исследовательская задача маркетинга при изучении ЖЦО сводится к формированию системных параметров (показателей, параметров и др.), характеризующих экономическое поведение компании на каждой из стадий жизненного цикла ее развития [6].

Есть и другие мнения в научной среде на исследуемую проблему. В частности, оставаясь в методологических границах понимания организации как «живой системы» Ливехуд Б. и Глазл Ф. [1], рассматривая ее с точки зрения «клетки растения» подчеркивают факт существования на каждом из этапов жизненного цикла организации определенной системы компетенций. Выделяя четыре фазы в жизненном цикле организации, для каждой из них эти авторы формулируют «генеральную метафору». В частности, первая фаза – пионерная – характеризуется пониманием предприятия как семейного сообщества, как некоего рода, для которого основной задачей является формирование неформального объединения его членов. Вторая фаза, называемая авторами «дифференци-

альной», отличается представлением об организации как четком структурированном аппарате, для которого управляемость является самой главной задачей. Третья фаза – «интеграционная» уже в своем названии содержит основную задачу, состоящую в том, чтобы сформировать в границах предприятия некий «живой», целостный организм с присущими ему законами существования и развития. Последняя фаза, носящая название «ассоциативной», по мнению авторов в качестве основной задачи имеет формирование черт предприятия как «члена биотопа» через объединение его с окружающим миром.

Нужно отметить, что в научных работах авторов, исследующих поставленную проблему, нет единства как в числе стадий (фаз, этапов и др., у многих авторов их число колеблется от четырех до семи и более) жизненного цикла организаций, так в их названиях и в формулировках характерных параметров. В частности, Адизес И. предложил самую сложную модель, описывая десять стадий жизненного цикла организации.

Тем не менее, несмотря на существенные различия во мнениях, подавляющее большинство авторов сходятся в том, что:

− - последовательность смены этапов есть процесс закономерный;

− - каждый следующий этап есть следствие процессов, происходящих на предыдущем;

− - для каждого из этапов свойственны определенные характеристики переменные.

Действительно, так как любой рыночный субъект стремится к эффективной деятельности, то цели должны быть связаны с развитием и могут быть выражены, например, с помощью сбалансированной системе показателей по перспективам «финансы», «рынок (клиенты)», «внутренние бизнес-процессы» и «персонал».

Самой распространенной и наиболее полно отвечающей методологическим требованиям современного маркетинга в контексте указанных проблем «зеленой» экономики является модель жизненного цикла Грейнера Л., в которой он доказал связь роста организации с изменениями в системе управления, обусловленными новыми требованиями в деятельности компании в целом. Если же таких изменений не происходит. то организация неуклонно «скатывается» в кризисное состояние, избежать которого в этом случае невозможно. (Проводя аналогии с «зеленой» экономикой, можно сказать, что если субъекты рынка не будут внедрять ее положения в свою деятельность, то «скатывание» в кризисное состояние для таких компаний неизбежно).

Основываясь на выводах Грейнера Л. и применяя их для современного маркетинга, нужно сказать, что преобразования аппарата управления взаимоотношениями с потребителями происходит по мере развития компании. Другими словами, текущие проблемы организаций, связанные с недостаточностью удовлетворенности потребителя, обусловлены более прошлыми событиями и решениями, чем настоящими, чем динамикой рыночной среды и потребительского спроса. На будущее организации сильнее влияет ее история, чем внешние силы, поэтому более значимыми для моделирования ее развития являются 5 внутренних параметров: время существования на рынке; масштабность деятельности, эволюционные стадии, отраслевые перспективы [9].

Таким образом, модели ЖЦО способны дать системное представление о проблемах маркетинговых процессов в компаниях, на их основе можно предупредить возникновение кризисов путем соответствующих прогнозов развития и определения степени готовности организации к изменениям, внедрению новых ценностей, в тм числе связанных с «зеленой» экономикой.

Список литературы

1. *Глазл Ф., Ливехуд Б.* Динамичное развитие предприятия. Калуга: Духовное развитие, 2000. 264 с.

2. Глобальный «зеленый» новый курс. Доклад ЮНЕП. 2009, март [Электронный ресурс]. Режим доступа http://greenlogic.by/content/files/GREENTRANSPORT/ UNEP90_RUS.pdf (дата обращения 15.04.2016).

3. Модели развития организации – модель Л. Грейнера [Электронный ресурс]. Режим доступа http://www.classs.ru /stati/ predprinimatelstvo / modeli_razvitija.html.

4. Окружающая среда в многосторонней системе: «зеленая экономика» ООН [Электронный ресурс]. Режим доступа http:: UNEP/ GCSS.XI/10/Add/1 (дата обращения 14.02.2016).

5. Форум по вопросам промышленного развития. Тринадцатая сессия UNIDO, Вена, 7–11 декабря 2009 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа http:www.unido.org (дата обращения 01.03.2016).

6. *Широкова Г.В.* Жизненные циклы Российских предпринимательских фирм: методология исследования и основные стадии: автореф. на соиск. уч. степ. доктора эконом. наук. СПб.: СПбГУ, 2010.

7. *Adizes I.* Corporate Lifecycles: How and Why Corporations Grow and Die and What to Do about It. Englewood Cliffs., N. J.: Prentice Hall, 1989.

8. *Anderson D., Anderson L.A.* Awake at the Wheel Moving beyond Change Management to Conscious Change Leadership. In: OD-practitioner, Volume 33, No. 3, 2001, S. 40-48.

9. *Greiner L.E.* Evolution and Revolution as Organizations Grow// Harvard Business Review. July–August. 1972.

10. *Kotter J.* Change Management vs. Change Leadership − What's the Difference? Forbes online. Retrieved 21.11.2012.

11. *Phillips J.R.* Enhancing the Effectiveness of Organizational Change Management.Human Resource Management, 22(1/2), p. 183-199.

УДК 338

Халиков Глеб Витальевич
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ТИПОЛОГИЯ МОДЕЛЕЙ ВОВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ СОТРУДНИЧЕСТВА

Аннотация. В статье проводится анализ основных характеристик экономики сотрудничества, построенной на сетевых технологиях и многосторонних платформах. Потребители все чаще выступают со-творцами ценности, участвуя в разработке и модернизации новых продуктов. Для поддержания многостороннего взаимодействия требуются новые механизмы сотрудничества между клиентами, партнерами и поставщиками в сети ценности, включая

© Халиков Г.В., 2017.

механизм со-конкуренции. Они позволяют клиентам и конечным пользователям контролировать соотношение между ценой и пользовательским опытом, предоставляя им возможность создавать определенные конфигурации цепочки ценности, которые будут соответствовать их потребности, контексту и предпочтениям. Автор предлагает типологию моделей вовлечения потребителей, выделяя шесть основных: семинары по сотворчеству, краудсорсинг, платформа для открытых инноваций, массовая кастомизация, контент, сгенерированный пользователем, инсайт-ссобщества и форумы.

Ключевые слова: маркетинг, экономика сотрудничества, модели вовлечения, сотворчество ценности, краудсорсинг.

Khalikov Gleb, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

TYPES OF CONSUMER ENGAGEMENT MODELS IN THE COLLABORATIVE ECONOMY

Abstract. The article analyzes the main characteristics of colaboration economy based on network technologies and multilateral platforms. Consumers become the value co-creators by participating in the design and development of new products. To maintain multilateral collaboration needs new mechanisms of cooperation between customers, partners and suppliers in the value network, including a coo petition mechanism. They allow customers and end-users to control the ratio between the price and the user experience, allowing them to create a certain configuration of the value chain that will meet their needs, preferences and context. The author proposes a typology of consumer engagement models, highlighting six basic: co-creation workshops, crowdsourcing open innovation platform, mass customization, content generated by the user, insight-communities.

Keywords: marketing, collaborative economy, customer engagement models, value co-creation, crowdsourcing.

Экономика сотрудничества (collaborative economy) является одним из наиболее динамичных и развивающихся секторов глобальной экономики в последние несколько лет. С развитием экономики сотрудничества связывают такие бренды как Uber и Airbnb. Понятие «экономики сотрудничества» иногда используют как синоним «экономики разделения» (sharing economy) и «рынка равный-равному» (peer-to-peer market), хотя они могут существенно отличаться друг от друга. Райчел Ботсман (2013) определил экономику сотрудничества как «экономику, построенную на распределительных сетях взаимосвязанных индивидов и сообществах в противовес централизованным институтам, меняющим способы производства, потребления, финансирования и обучения» [2].

Одной из основных характеристик экономики сотрудничества является наличие платформ, связывающих покупателей и продавцов, нацеленных на сокращение транзакционных затрат. Сама концепция наличия платформы как способа связи покупателя и продавца не нова и такую роль играли газеты или любые другие СМИ (столбец объявлений или реклама) в индустриальной экономике. Появление он-лайн платформ существенно упрощает связь, а также способствует более глубокому вовлечению партнеров в решение обоюдоинтересных задач. Так, персонализированный маркетинг, фокусирующийся поначалу на персонализации только маркетинговых коммуникаций [1], все больше связывают с концепцией совместного создания ценности, когда покупатель

рассматривается не только как заказчик кастомизированного продукта, но и как источник новых инновационных идей и модернизации продуктов и решений [3, 4, 5, 6, 7].

Согласно Херну и Пейс (2006), в экономике сотрудничества меняется экология и динамика процесса создания ценности, включая: I) переход от мышления о потребителях к мышлению о со-творцах ценности, II) переход от мышления о цепочке ценности к сети ценности, III) переход от мышления о ценности продукта к ценности сети, IV) переход от мышления о простом сотрудничестве или конкуренции к мышлению о со-конкуренции и кооперации и V) переход от мышления об индивидуальной стратегии фирмы к стратегии по отношению к ценности всей экосистемы [3].

Такое видение способствует новому пониманию клиентоцентричности традиционной концепции ценности сети, которая в настоящее время рассматривается как управляемая людьми сеть потенциальных конфигураций ценности, которые могут актуализироваться на основе конкретных требований заказчиков [4, 5]. В данном случае подчеркивается, что любая конфигурация ценности уже существует в сетевом потенциале, поскольку ее могут сделать партнеры компании, объединенные в общую сеть ценности, которая замкнута на платформу. Потребитель, который имеет доступ к платформе, может на ней заказать ценность любой конфигурации, которая возможна исходя из структуры сетевого предложения. Таким образом, компании не только видят что хочет потребитель, но и видят чего он не хочет или чего ему не хватает, поскольку потребитель сам является участником процесса создания ценности.

Простой пример дает компания Харли Дэвидсон. На ее сайте любой покупатель может сконфигурировать свой собственный уникальный мотоцикл, используя простую программу. Если этот дизайн будет пользоваться спросом на платформе, то компания Харли Дэвидсон обязательно включит его в свои новинки.

Очевидно, что такие модели взаимодействия партнеров по цепочке требуют новых стратегий, механизмов и моделей взаимодействия и управления этим взаимодействием. Как отмечают некоторые ученые, принятие практики создания ценности приводит к необходимости «изменения самой природы взаимодействия и отношений между системой управления и сотрудниками, а также между ними и со-творцами ценности – клиентами, заинтересованными сторонами, партнерами или другими сотрудниками» [6]. Новая практика создания ценности стимулирует формирование нового видения природы самой инновации [5, 7, 8]. Новое совместное творческое видение инноваций строится на двух ключевых отличительных чертах. Во-первых, на по-настоящему управляемой пользователем деятельности между фирмой и клиентом по сотворчеству ценности. Во-вторых, акцент на со-конкурентном характере взаимодействия между различными заинтересованными сторонами, в том числе клиентами и конечными пользователями, участвующими в процессе совместного создания ценности. Со-конкурентная природа платформ совместного создания ценности приводит к использованию более динамичного типа экономических механизмов как основной движущей силы инновационных процессов. Эти механизмы

формируются на основе множественных взаимодействий между клиентами, партнерами и поставщиками в сети ценности. Они позволяют клиентам и конечным пользователям контролировать соотношение между ценой и пользовательским опытом, предоставляя им возможность актуализировать (т.е. создавать) определенные конфигурации цепочки ценности, которые будут соответствовать их потребности, контексту и предпочтениям. Именно в этом контексте необходимо говорить о потребительской ценности сотворчества.

Природа коллективных платформ, поддерживающих практики сотворчества при создании ценности, позволяет шире и систематически позиционировать клиентов и конечных пользователей по всему жизненному циклу инноваций, приводящих к значительному усилению управляемого пользователем инновационного потенциала.

Обзор множества кейсов о компаниях, использующих различные типы и модели вовлечения, позволил нам выделить шесть основных:

1) практикумы и семинары по сотворчеству. В рамках таких семинаров реализуется цель генерирования идей по улучшению уже существующих продуктов или созданию новых. Как правило, на такие семинары приглашаются наиболее активные пользователи продукта, в том числе ведущие пользователи, среди которых устраивается мозговой штурм. Такая форма сотворчества особенно подходит для поиска инсайтов, либо для поиска идей, которые относительно легко реализовать в короткой и среднесрочной перспективе.

2) краудсоринг. В этом случае формулируется вопрос или проблема для большой аудитории и предлагается приз за лучшее решение проблемы. Взаимодействие с участниками минимальное, они самостоятельно генерируют идеи. Следует выделить три ситуации, в которых краудсорсинг является идеальным средством сотворчества:

– фирма имеет конкретную (техническую) проблему, которую хочет решить. Хороший пример здесь программа компании P&G «связывай и развивай», в соответствии с которой более 50% инноваций приходят в компанию со стороны от ее партнеров по НИОКР;

– фирма ищет нетрадиционные и вдохновляющие идеи и заодно пытается расширить свою базу данных новых сотрудников. В качестве примера можно привести конкурсы на решение кейсов, которые компании устраивают в студенческой среде. Например, компания Электролюкс ежегодно организует конкурс на лучший дизайн своих продуктов для студентов;

– фирма хочет сгенерировать много бесплатного паблисити вокруг будущего продукта и организует конкурс, обещая, что выигравшая идея будет реализована в виде продукта и выпущена на рынок. Датский интернет-магазин ежегодно проводит конкурс по поиску самого необычного дизайна различных продуктов (каждый год разных). В 2015 г., например, был объявлен конкурс на самый удобный дизайн продуктов для путешествий. Этот конкурс привлекает огромное количество студентов, которые и создают ему популярность, а лучшие идеи выбираются пользователями сайта посредством интернет-голосования. Таким образом, компания не только получает новые идеи, но и создает хороший PR новому продукту.

3) платформа для «открытых инноваций». В этом случае большое количество участников вовлекается в развитие продукта и его поддержку. Эта модель чаще всего используется в сфере информационных технологий и разработки ПО. Это особенно подходит для тех, кто хочет установить новые технические стандарты. Примерами успешных продуктов являются Linux. Также в пример можно привести некоммерческую организацию Creative Commons, которая создала бесплатные для использования типовые договоры - свободные и несвободные публичные лицензии, с помощью которых авторы и правообладатели могут выразить свою волю и распространять свои произведения более широко и свободно, а потребители контента легально и проще пользоваться этими произведениями.

4) массовая кастомизация. В этом случае вы предлагает на сайте определенную форму (программу), используя которую покупатели могут самостоятельно сдизайнировать свой уникальный продукт. В качестве примеров можно привести многих производителей автомобилей, мотоциклов (Volkswagen, Harley Davidson и т.п.), а также производителей одежды (NikeID, LiviS и т.п.).

5) Контент, сгенерированный пользователем. В рамках данной модели в качестве продукта выступает контент, который создает сам клиент. В этом случае посетители создают цифровые продукты – например, свои страницы в социальных сетях, блоги, каналы на Youtube и т.п.

6) Инсайт-сообщества и форумы. К примеру, компания DEWALT, ведущий производитель высококачественных электроинструментов, использует свое инсайт-сообщество для сбора представлений сообщества о новых продуктах. Основное предназначение таких сообществ - понять направление развития технологий и инноваций, в котором необходимо идти.

Компании могут использовать свои сообщества, чтобы лучше узнать клиентов и их потребности посредством сбора обратной связи о продукции, упаковке и маркетинге. Платформа дает способность проникновения в суть проблем клиентов, находить неудовлетворенные потребности. Сообщества состоят из самых доверенных заинтересованных сторон: клиентов, партнеров, сотрудников, фанов, доноров или выпускников. Члены инсайт-сообщества дают быструю и постоянную обратную связь, которую можно использовать, чтобы принимать более обоснованные бизнес-решения. Инсайт-сообщества позволяют компаниям взаимодействовать с клиентами на основе постоянного, двустороннего диалога, который обеспечивает индивидуальность и человечность, а также дополняет другие источники данных, таких как big data, CRM и социальная медиа-аналитика. Инсайт-сообщества помогают осуществлять рост компании на основе использования клиентского интеллекта, который становится вашим ресурсом. Отличие инсайт-сообщества от специальных исследований состоит в том, что сообщества состоят из клиентов, которые согласились давать обратную связь и участвовать в сообществе как эксперты.

Инсайт-сообщество компании DEWALT состоит, к примеру, из 12000 членов (8000 профессиональных мастеров и 4000 DIY пользователей продукта), которые находятся в постоянной обратной связи с компанией и участвуют во всех ее мероприятиях и акциях. Они получают за это от компании определен-

ные бонусы, между ними разыгрываются призы и подарки, чтобы поддерживать их активность. Но, прежде всего, сообщество основано на доверии и высокой вовлеченности партнеров в бизнес, который они делают.

Инсайт-сообщества помогают в запуске и тестировании новых продуктов, оценке их юзабилити, маркетинга, упаковки и многого другого. Это экономит время и ресурсы компании на традиционные исследования рынка. Компания сэкономила более 1 млн. долл. расходов на исследования в 2016 году.

Выгоды, которые получает Dewalt от инсайт-сообщества: экономия миллионов долларов на традиционных ad hoc исследованиях; выстраивает отношения с наиболее влиятельными клиентами; тестирует концепции и продукты на протяжении всего цикла продуктовых инноваций.

Список литературы

1. *Юлдашева О.У., Окольнишникова И.Ю*. Персонализация коммуникаций – ориентир адаптации маркетинг-микса к требованиям потребителей в условиях информатизации общества // Маркетинговые коммуникации. 2012. №4. .С.204-212.

2. *Botsman R.* (2013) The Sharing economy Lacks a Shared Definition, available at: http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition (accessed 02.03.2017)

3. *Hearn, G & Pace, C.* (2006) Value-creating ecologies: understanding next generation business systems, Foresight, 8(1), p. 55-65.

4. *Norman, R. & Ramirez, R.* (1993) From value chain to value constellation: designing interactive strategy, Harvard Business Review, 71(4), p. 65-77.

5. *Prahalad, C.K. & Krishnan, M.S.* The new age of innovation, McGraw Hill, New York, 2008.

6. *Ramaswamy, V.* (2009) Leading the transformation to co-creation of value, Strategy & Leadership, 37(2), p. 32-37.

7. *Kristenson, P., Matthing, J & Johansson, N. (*2008) Key strategies for the successful involvement of customers in the co-creation of new technology-based services, International Journal of Service Industry Management, 19(4), p. 474-491.

8. *Tanev, S., Knudsen, M. & Gerstlberger, W.* (2009) Value co-creation as part of an integrative vision for innovation management, Open Source Business Review Online Journal, December, available at: ttp://www.osbr.ca/ (accessed 02.03.2017).

УДК 339.138

Цой Александр Вадимович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА ВОВЛЕЧЕНИЯ

Аннотация: Социальные сети позволяют компаниям эффективно реализовывать маркетинговые стратегии вовлечения (engagement marketing), поддерживая связь с заинтересованными пользователями, выстраивая долгосрочные отношения со своими клиентами, формируя их лояльность, управляя репутацией компании, повышая продажи и, в конечном счете, решать многие

© Цой А.В., 2017.

другие задачи развития бизнеса. В данной статье будут рассмотрены наиболее распространенные мероприятия, направленные на вовлечение потребителя во взаимодействие с брендом при помощи социальных сетей, их типология и эффекты от их использования. Активное применение социальных сетей в качестве инструмента реализации маркетинга вовлечения обосновывается двумя факторами: социальные сети являются коммуникативной средой, где коллективно обсуждаются решения о приобретении товаров и услуг, а также формируется мнение о бренде (ежедневно 95% всех пользователей Интернета заходят в социальные сети и ведут беседы о товарах, компаниях, услугах, делятся своими мнениями и впечатлениями); использование технических возможностей социальных сетей в рамках реализации маркетинговой стратегии вовлечения потребителя не предполагает капитальных вложений со стороны бренда.

Ключевые слова: маркетинг вовлечения, интернет-маркетинг, взаимодействие, бренд, потребитель.

Tsoy Alexander, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

SOCIAL NETWORKS AS AN INSTRUMENT OF ENGAGEMENT MARKETING

Abstract. Social networks allow companies to effectively implement marketing engagement strategies, maintaining contact with interested users, building long-term relationships with their customers, building their loyalty, managing the reputation of the company, increasing sales and, ultimately, solving many other development challenges Business. This article will consider the most common activities aimed at involving the consumer in interaction with the brand through social networks, their typology and effects from their use. Active use of social networks as a tool for implementing marketing involvement is justified by two factors: social networks are a communicative environment where decisions about the acquisition of goods and services are collectively discussed, and an opinion on the brand is formed (95% of all Internet users visit social networks and talk every day about goods, companies, services, share their opinions and impressions); The use of technical capabilities of social networks in the implementation of marketing strategy of consumer involvement does not require capital investments from the brand.

Keywords: engagement marketing, Internet marketing, interaction, brand, consumer, social networks.

Маркетинг вовлечения, ингейджмент-маркетинг (от англ. – engagement marketing) – направление маркетинговой деятельности, которое нацелено на построение с потребителем тесных отношений, а также его привлечение к активному участию в развитии бренда в целом и продукта в частности.

Философия маркетинга вовлечения заключается в том, что потребителям должны быть созданы достаточные условия для того, чтобы они имели возможность активно участвовать в процессе разработки и сотворчества товаров, услуг, образа и поведения бренда.

На сегодняшний день, исходя из сложившейся практики, можно определить следующие основные принципы маркетинга вовлечения:

− акцент на укрепление доверия посредством интенсивного общения с потребителем, демонстрации учета его предпочтений и интересов;

− создание сильной связи «потребитель-бренд» посредством маркетинговых мероприятий, носящий долгосрочный характер и преимущественно осуществляемый в интернет-среде;

– фокус на устранение границ через демонстрацию и освещение процесса разработки, производства, реализации товаров и услуг;

– привлечение к разработке продукта, акции или образа.

Утвердившейся мировой тенденцией на сегодняшний день является продвижение бренда, марки, продукта через социальные сети. Компании из разных секторов экономики стали работать с клиентами через соцсети посредством организации сообществ и создания корпоративных страниц, которые по наполнению могут сравниться с корпоративным сайтом. Социальные сети позволяют компаниям поддерживать связь с заинтересованными пользователями, выстраивать долгосрочные отношения со своими клиентами, формировать их лояльность, управлять репутацией компании, повышать продажи и решать многие другие задачи развития бизнеса [1].

По статистическим данным, ежедневно 95% всех пользователей Интернета заходят в социальные сети и ведут беседы о товарах, компаниях, услугах, делятся своими мнениями и впечатлениями. В результате даже один участник сетевого сообщества может повлиять на репутацию компании с многомиллионным оборотом, высказав положительный или отрицательный отзыв. Ведь 87% пользователей социальных сетей больше доверяют онлайн-мнению, а не официальной информации [2].

По меньшей мере 27% российских интернет-пользователей часто (несколько раз в неделю) посещают интернет-магазины. В результате все большая и большая часть бюджета на маркетинг отдается социальным медиа. Несколько лет назад банки и коммерческие компании регистрировали счета в соцсетях, чтобы просто прощупать почву, а теперь многие из них уже наняли специалистов, которые отвечают за данный сегмент. Кроме того, многие владельцы малого бизнеса решили создать страницу или группу в соцсети вместо создания веб-сайта – там они представляют свою продукцию, ведут переговоры и занимаются продажами [3].

Среди инструментов вовлечения в социальных сетях можно выделить:

1. Нативная (естественная) реклама – способ, которым рекламодатель привлекает к себе внимание в контексте площадки и интересов пользователя. Такая реклама учитывает все особенности платформы (например, конкретной социальной сети или проекта), не идентифицироваться как реклама сама по себе, и не вызывать у аудитории отторжения. Такая реклама ненавязчиво «поджидает» пользователя там, где он сам ищет интересный контент. По своему исполнению она похожа на «product placement».

Основное преимущество нативной рекламы – это возможность преодолеть механический барьер восприятия, побороть «баннерную слепоту» [4], которые не позволяют пользователям обратить внимание на рекламу ввиду того, что сознание пользователя автоматически классифицирует её как фоновый шум. Нативная реклама как инструмент маркетинга вовлечения играет важную роль ввиду того, что не рекламирует отдельный товар компании, но формирует у пользователя ощущение естественного присутствия бренда в его жизни без причинения дискомфорта.

2. Проведение опросов.

Бренды часто затрачивают много средств на внешние услуги компаний, специализирующихся на социальных исследованиях ради получения обратной связи о продукте, проекте или организации в целом. Другие используют социальные инструменты прослушивания, чтобы увидеть, что люди говорят о своих продуктах. Однако личное взаимодействие бренда с потребителями позволяет не только получить интересующую информацию, но и положительно влиять на лояльность бренду [5].

Опрос по социальным каналам может помочь выявить недостатки продукта, а также вовлечь потребителей в разработку инновации. Так производитель детских товаров «Lego» посредством виртуального графического конструктора, размещенного на интернет-сайте, предлагает потенциальному покупателю разработать собственную трехмерную модель игрушки-конструктора, которая будет доступна в продаже в случае получения одобрения путем интернет-голосования определенного количества пользователей сайта.

Использование такого инструмента говорит пользователям социальных сетей о том, что вы слушаете их, и что вы хотите сделать свои продукты лучше с учётом их интересов [6].

3. Проведение интернет-конкурсов. Конкурсы, организуемые компаниями в социальных сетях имеют следующие преимущества:

− активное взаимодействие – механика проведения конкурса предполагает двусторонний контакт между компанией и потенциальным потребителем.

− вовлечение – при участии в конкурсах пользователи затрачивают различные ресурсы (силы, время и коммуникации) на участие, и уже не могут оставаться равнодушными.

− высокая виральность – работает эффект распространения контента самими пользователями. Конкурсы привлекают к себе внимание как тех, кто в них участвует, так и круга общения участников, что позволяет расширить аудиторию к своим публичным страницам в социальных сетях. Таким образом, конкурсы работают на узнаваемость бренда за счет увеличения охвата аудитории без использования дополнительного бюджета.

С помощью конкурсов можно также успешно решать маркетинговые задачи, например, такие как вывод нового продукта на рынок или оповещение клиентов о специальных предложениях. Это довольно удачное решение как раз-таки из-за высокой виральности данной маркетинговой активности [7].

Очевидно, что грамотное использование социальных сетей в маркетинговых целях обеспечивает выполнение задачу по укреплению доверия прямого взаимодействия с потребителем, демонстрирует учет потребительских предпочтений и интересов и способствует созданию сильной персонифицированной связи «потребитель – бренд». Важно отметить, что использование технических возможностей социальных сетей в рамках реализации маркетинговой стратегии вовлечения потребителя не предполагает капитальных вложений со стороны бренда. Таким образом, социальные сети на сегодняшний день можно выделить как один из наиболее эффективных инструментов маркетинга вовлечения.

Список литературы

1. *Кусина О.А.* Социальные сети как эффективный инструмент маркетинга в индустрии встреч // Креативная экономика. 2013. № 1 (73). С. 118-123.

2. Digital in 2016. Global overview. [Электронный ресурс «We are social»]. Режим доступа: http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016.

3. Анализ социального исследования «Российские социальные медиа – важнейшие тенденции 2016». [Электронный ресурс «Ямбокс: интернет-логистика»]. Режим доступа: https://habrahabr.ru/company/yambox/blog/303656/.

4. *Benway, J.P., Lane, D.M.,* «Banner Blindness: Web Searchers Often Miss 'Obvious' Links», 1998, Internet Technical Group, Rice University. P.13.

5. *Jack Simpson.* New Twitter polls & the opportunities for marketers. [Электронный ресурс «Econsultancy»]. Режим доступа: https://econsultancy.com/blog/67106-new-twitter-polls-the-opportunities-for-marketers/.

6. Engagement Marketing: How Small Business Wins in a Socially Connected World – Gail F. Goodman. P. 67-68.

7. Нина Истомина: Конкурсы в соцсетях: механики, кейсы, ошибки. [Электронный ресурс «Прожектор ROOKEE]. Режим доступа: http://prozhector.ru/publications/vypusk-66/konkursy-v-sotssetyakh-mekhaniki-keysy-oshibki/.

УДК 338

Юлдашева Оксана Урняковна
Трефилова Ирина Николевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ТИПОЛОГИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ МОДЕЛЕЙ ВО ВЗАИМОСВЯЗИ С ЭВОЛЮЦИЕЙ ТЕОРИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация. В статье рассматривается эволюция теории стратегического управления и выделяются четыре этапа, которым соответствуют разные доминирующие парадигмы и инструменты. Авторы показывают постепенное усиление роли маркетинга как фактора конкурентного преимущества в результате роста конкуренции и сложности внешней среды. Это заставляет компании переходить к клиентоориентированным бизнес-моделям и построению деловых экосистем как новых форм отраслевой архитектуры. В статье предлагается типология маркетинговых моделей в зависимости от инновационной модели компании, степени интегрированности маркетинга в процессы принятия стратегических решений и позиции компании в цепочке ценности. В качестве тренда маркетинговых моделей выявлен переход к моделям персонализированного интерактивного маркетинга. В качестве новых маркетинговых моделей авторы предлагают модель устойчивого маркетинга, ориентированного на решение задач, стоящих перед всей деловой экосистемой.

Ключевые слова: теория стратегического управления, маркетинг, маркетинговые модели, деловая экосистема, отраслевая архитектура, бизнес-модель, сеть, устойчивый маркетинг.

© Юлдашева О.У., Трефилова И.Н., 2017.

Yudasheva Oksana, U.
Trefilova Irina, N.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE TYPOLOGY OF MARKETING MODELS IN THE CORRELATION WITH THE EVOLUTION OF STRATEGIC MANAGEMENT THEORY

Abstract. The article examines the evolution of the strategic management theory and identifies four stages that correspond to different dominant paradigms and instruments. The authors show a gradual strengthening of the role of marketing as a factor of competitive advantage as a result of increased competition and complexity of the external environment. This forces companies to move on to client-oriented business models and building business ecosystems as new forms of industrial architecture. The article proposes a typology of marketing models depending on the company's innovation model, the degree to which marketing is integrated into strategic decision making processes and the company's position in the value chain. As a trend of marketing models, the transition to models of personalized interactive marketing is revealed. As new marketing models, the authors propose a model of sustainable marketing, focused on solving the problems facing the entire business ecosystem.

Keywords: theory of strategic management, marketing, marketing models, business ecosystem, branch architecture, business model, network, sustainable marketing.

Теория маркетинга следует за развитием теории стратегического управления, обеспечивая выработку и реализацию стратегических решений. Фазы развития теории стратегического управления представлены в табл. 1.

Теория стратегического управления в виде стратегического планирования возникла в Америке в 60-е годы. Одним из первых ее создателей был И. Ансофф, предложивший портфельный подход к стратегическому планированию, выраженный в матрице «товары – рынки». В 70-е годы развитие теории стратегического управления обеспечил рост конкуренции, что вылилось в появление теории отраслевого позиционирования М.Портера и связанных с ней моделей 5 конкурентных сил и цепочки ценности [9].

Дальнейшее развитие теории стратегического управления неразрывно связано с развитием теории стратегического маркетинга, поскольку рост конкуренции способствует все большей клиентоориентированности компаний. В 90-е годы появляется новая концепция рыночной ориентации, предложенная практически одновременно Дж. Нарвером и С. Слейтером, а также А. Коли и Б. Яворски, которая актуализирует роль маркетинговых технологий и инструментов (маркетинговых исследований, маркетинговой культуры и т.п.) в рыночном успехе компании и выводе на рынок инноваций [5, 8].

В это же время активно развивается сетевая парадигма как следствие развития ресурсного подхода (Б. Вернерфельд, Дж. Барни и др.) [10]. Феномен сети успешно превращается в сетевую экономику, а сама сеть рассматривается как идеальная форма организации бизнеса в конце 20 века. С этого времени стратегические сети, а затем и сети ценности, организованные вокруг цепочки ценности, становятся основными промышленными структурами, заменяя постепенно понятие «отрасли». Конкуренция также постепенно заменяется со-

конкуренцией и сотрудничеством, доминирующим выражением которого является стратегический альянс [3, 4].

Таблица 1

Фазы развития теории стратегического управления

Время	Доминирующая парадигма	Инструментарий	Источники КП	Авторы
50-60-е гг.	Продуктовая ориентация	Портфельный анализ	Планирование ресурсов	И.Ансофф, А.Чандлер
70-80-е гг.	Ориентация на конкурентов	Конкурентный анализ, отраслевое позиционирование, цепочка ценности	Позиционирование фирмы в отрасли	М.Портер, Г.Минцберг
90-е гг.	Рыночная ориентация	Оценка удовлетворенности клиентов (CSI), маркетинговые исследования	Знание рынка и потребностей, проактивный и реактивный маркетинг	Дж.Нарвер и С.Слейтер; А.Коли и Б.Яворски;
	Сетевая ориентация	Стратегические сети	Компетенции, специализация и стратегический альянс	Уильямсон, Г.Хамел, К.Прахалад,
2000-е по н/вр	Знаниевая ориентация и ориентация на потребителя (клиентоориентированность бизнеса)	Сети ценности как организационные формы бизнеса, CRM, ЖЦ клиента	Компетенции (знания) и динамические способности	Д.Тис, И.Нонака, Х.Такеучи, Р.Грант
	Ориентация на устойчивое развитие и вовлечение стейкхолдеров в разработку ценности	Эко-инновации, инновация ценности, деловая эко-система, бизнес-модель, устойчивый маркетинг	Диджитал компетенции, со-творчество ценности и интерактивный маркетинг	У.Чан Ким, Р.Моборн, В.Рамасвами, А.Остервальдер, Дж. Мур, Т.Байлетти

Начиная с 21-го века, ориентация на потребителя или клиентоориентированность бизнеса становится еще более актуальной, интегрируясь с ориентацией на устойчивое развитие. С точки зрения теории стратегического управления происходит уход от конкуренции и перемещение фокуса на потребителя как основного стейкхолдера компании и участника сети ценности, способного со-участвовать в процессе со-творчества ценности. Технологической основой сотворчества становятся диджитал-технологии, которые обеспечивают вовлечение клиентов в процесс сотворчества ценности. То же самое происходит и с другими участниками сети ценности – партнерами и стейкхолдерами компании. Появляется новый подход к стратегии в виде отказа от традиционной конкуренции и создания нового рынка («голубого океана») за счет инновации ценности [2].

В то же время концепция «стратегической сети ценности» все чаще начинает замещаться сходной концепцией «деловой экосистемы», предложенной Дж. Муром [6]. В соответствии с Муром, «участники деловой экосистемы работают в кооперации и конкурентно поддерживают новые продукты, удовлетворяют потребности клиентов и, в конечном итоге, включаются в новый раунд

инноваций» [6. С. 76]. Феномен деловой экосистемы, построенный по аналогии с биосистемой, отвергает как региональность, так и понятие «отрасли промышленности». Дж. Мур утверждает, что современные коммуникации и глобальная конкуренция отвергают важность географии, а стремительное развитие технологий делают абсолютно бесперспективным использование понятия «отрасли», поскольку границы отраслей стираются [6]. Таким образом, современная экономика все больше организуется в виде взаимодействующих деловых экосистем, которые выстраивают компании-лидеры.

Стратегии вертикальной интеграции все чаще заменяются специализацией (Jacobides and Winter, 2005), что ведет к росту взаимозависимости, а более целесообразными и рентабельными становятся предпринимательские возможности в вертикально специализированных нишах. Таким образом, с ростом специализации фирмы устанавливают свои позиции в новой отраслевой архитектуре, которая больше похожа на глобальную деловую экосистему. В деловой экосистеме меняется не только роль стратегического управления, но и маркетинговая модель. Компания-лидер деловой эко-системы больше ориентирована на поддержание здоровья всей экосистемы, а не собственного бизнеса. Маркетинг также становится коллективным инструментом обеспечения здоровья всей экосистемы, объединенной одними и теми же потребителями.

Принятие глобальным бизнесом парадигмы устойчивого развития несколько обновил роль маркетинга, который все больше призван способствовать появлению эко-инноваций, обеспечивающих сбережение ресурсов и безопасность обществу. Следуя этому тренду, глобальные компании все чаще продвигают модели устойчивого потребления, основанные ответственном потреблении ресурсов, рециклинге потребления. Появляется устойчивый маркетинг, который становится интегрированной частью общей бизнес-модели компании, нацеленной на устойчивое развитие за счет эко-инноваций. При этом модель устойчивого маркетинга активно распространяется на участников всей экосистемы по всей цепочке ценности.

Теория маркетинга приспосабливается к изменениям и новой парадигме теории управления, построенной на устойчивом развитии компании в рамках деловой экосистемы. На повестке дня стоят вопросы исследования маркетинговых моделей для разных бизнес-моделей компаний, занимающих разные позиции в деловой экосистеме. При этом маркетинговые модели могут быть классифицированы на разные группы.

Одной из классификаций маркетинговых моделей является их разделение на реактивные, проактивные и интерактивные. Реактивный и проактивный маркетинг был идентифицирован Дж. Нарвером, С. Слейтером и Д. Маклачланом [7]. Реактивная рыночная ориентация соответствует модели, при которой компания стремится открыть, понять и удовлетворить выраженные потребности клиента в противовес проактивному маркетингу, нацеленному на идентификацию латентных потребностей.

Модель интерактивного маркетинга обеспечивает тесное взаимодействие с потребителем и совместное формулирование потребности за счет вовлечения партнера в процесс создания ценности или со-творчества ценности.

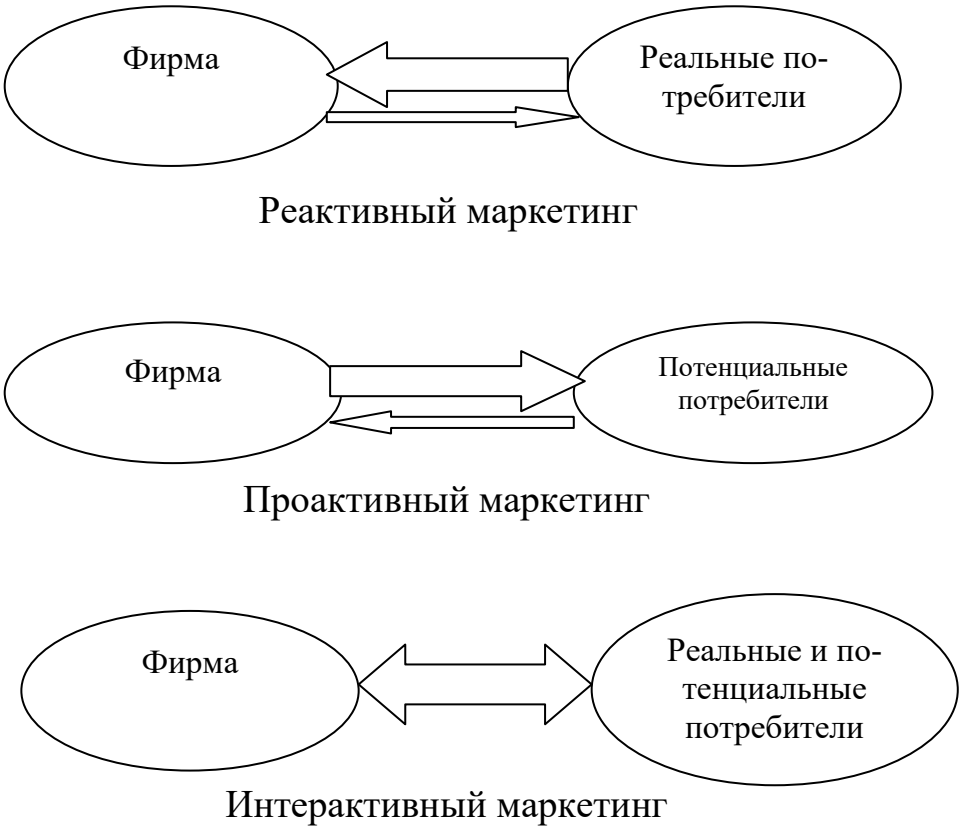


Рис. 1. Модели рыночной ориентации компании

Другим критерием для классификации маркетинговых моделей может служить ориентация маркетинга на достижение отдельных трансакций или долгосрочных взаимоотношений с клиентом (модель транзакционного маркетинга и маркетинга взаимоотношений).

Интересную классификацию маркетинговых моделей предложила Е.В. Писарева, выделив модель неинтегрированного, частично интегрированного и холистического маркетинга [1]. Данная классификация исходит из критерия степени интегрированности маркетинга в процесс принятия стратегических решений на каждом уровне управления (функциональном, деловом, межфункциональном и корпоративном).

В связи с ростом интереса к анализу цепочек ценности и специализированных бизнес-моделей на каждом этапе цепочки ценности, вполне обоснованным будет генерация маркетинговых моделей для up, middle и down stream цепочки ценности.

Общие тенденции в теории и практике стратегического управления и маркетинга показывают, что от модели традиционного массового маркетинга мир перешел к модели персонализированного интерактивного маркетинга, построенного на интерактивных технологиях (диджитализация), предоставлении вместо продукта персонализированного покупательского опыта (рис. 2).

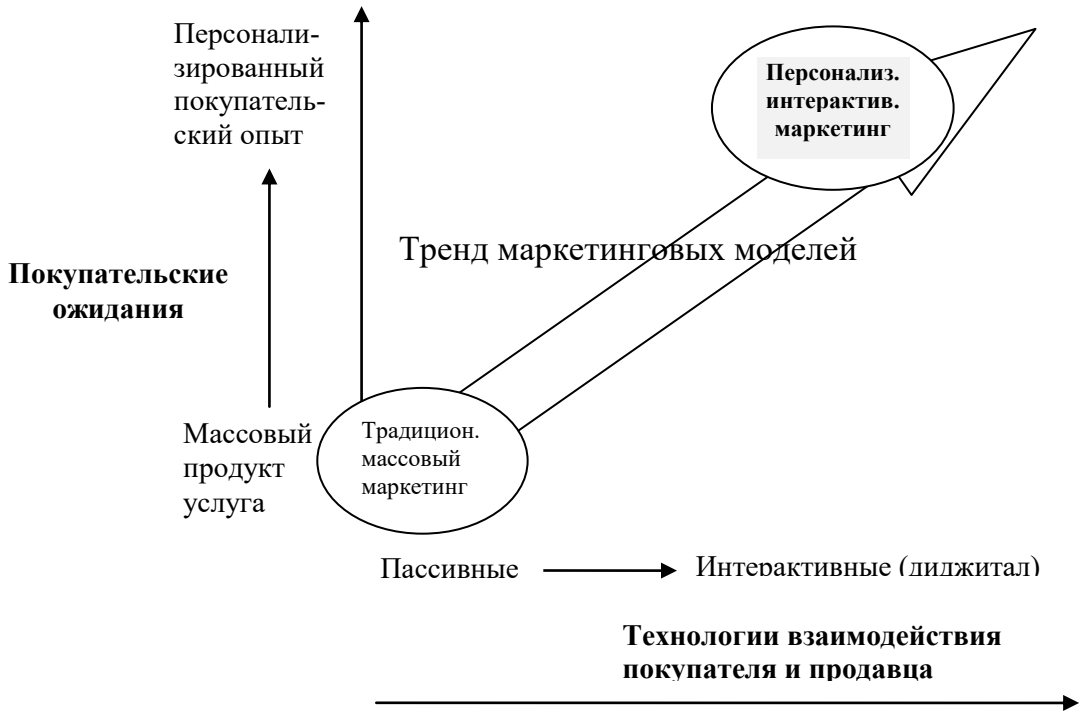


Рис. 2. Эволюция маркетинговых моделей

Таким образом, ключевым трендом в области формирования новых маркетинговых моделей является: вовлечение покупателей во взаимодействие с компанией и создание ценностей посредством использования диджитал технологий. Покупатель становится активным со-творцом ценности, а компания выстраивает собственную еловую экосистему на принципах со-конкуренции и сотрудничества для обеспечения непрерывного инновационного процесса.

Список литературы

1. *Писарева Е.В.* Интегрированный маркетинг менеджмент и маркетинговые модели компаний в России: Монография / Е.В. Писарева. М.: Перо, 2016.
2. *Chan Kim W., Mauborgne R.* How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts, 2005.
3. Industrial Technological Development: a network approach. – Edited by Hokan Hokansson, 1985.
4. *Gulati R.* (1998). Alliances and networks. Strategic Management Journal, 19(4), p. 293–317.
5. *Kohli, A.K. and Jaworski, B.J.* (1990), Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications, Journal of Marketing, Vol. 54, April, pp. 1-18.
6. *Moore J.F.* (1996) The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems. New York: Harper Business.
7. *Narver J.C, Slater S.F. and MacLachlan D.L.* Responsive and Proactive Market Orientation and New-Product Success, Journal of Product Innovation Management, Volume 21, Issue 5, pages 334–347, September 2004.
8. *Narver, J.D. and Slater, S.F.* (1990), The effect of a market orientation on business profitability, Journal of Marketing, Vol. 5, October, pp. 20-35.
9. *Porter M.E.* Competitive Advantages – Creating and Sustaining Superior Performance. N.Y.: Free Press, 1985.
10. *Wernerfelt B.* A Resource-Based View of the Firm. Strategic Management Journal, Vol. 5, No. 2. (Apr. - Jun., 1984), p. 171-180.

Раздел IV
Логистические инновации в современном менеджменте: глобальные и региональные аспекты

УДК 338.486

Арбатская Екатерина Владимировна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. Сформулированы определения инноваций, туризма и логистики в туристической сфере, выявлена их взаимосвязь. Приведено определение инновационной логистики и рассмотрено содержание логистической системы туризма. Обоснована целесообразность разработки и внедрения логистических инноваций для управления деятельностью туристических предприятий и укрепления их позиций на современном рынке.

Ключевые слова: логистика, инновации, туризм, логистические системы, логистические концепции, предприятие, экономика, рынок, конкурентные преимущества, управление, внедрение, оптимизация, прибыль, эффективность.

Arbatskaya Ekaterina, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

LOGISTICS INNOVATION IN THE MODERN MANAGEMENT OF TOURISM ENTERPRISES

Abstract. Definitions of innovation, tourism and logistics in the tourism sector are formulated and its relationship is revealed. The definition of innovative logistics is lead and the content of the logistics system of tourism is reviewed. The expediency of development and implementation of logistics innovations for the management of tourism enterprises and strengthening their position in the modern market is justified.

Keywords: logistics, innovation, tourism, logistic system, logistic concepts, enterprise, economy, market, competitive advantages, management, implementation, optimization, profit, efficiency.

Наше современное общество захлестнул новый век, век инноваций. Инновация – новообразование, нововведение, это процесс преобразования теоретической и практической научно-технической деятельности, результатом которой являются нововведения технического, технологического, методического, организационного или управленческого характера в какой-либо деятельности. По всему миру предпринимаются действия для перехода на инновационный

© Арбатская Е.В., 2017.

путь развития государства. Очень большое внимание уделяется совершенствованию науки, техники, экономики, менеджмента, а так же других сфер деятельности. Инновации происходят повсюду, в том числе и в социальной сфере, т.е. в организациях, которые занимаются предоставлением услуг населению. Туристический бизнес считается одной из социальных сфер и относится к социально-экономической системе общества [14].

Туризм – динамично развивающаяся отрасль России. Высокие темпы развития туризма, большие объёмы валютных поступлений активно влияют на различные сектора экономики, что способствует формированию собственной туристической индустрии. Туризм принадлежит к сфере услуг, являющихся одной из самых перспективных и быстроразвивающихся отраслей, охватывающих широкий спектр деятельности: от торговли и транспорта до финансирования и посредничества самого разного рода. Таким образом, в наши дни нельзя не заметить того огромного влияния, которое оказывает индустрия туризма на экономику.

Однако, вопреки вышеприведённым положительным аргументам, туристической деятельности присущи разнообразные проблемы, например, такие как отсутствие реальных инвестиций, низкая развитость сервиса, недостаток профессионалов в данной сфере, ограниченность информации и отсутствие надлежащей информационной поддержки. Также развитие туристической сферы тормозят проблемы, связанные с логистикой. Следовательно, для решения этих проблем необходимо более подробно рассмотреть понятие логистики в туризме, выявить связь туристической сферы с логистикой и рассмотреть возможные инновационные способы управления логистикой туристических предприятий.

В.А. Янковенко предложил следующее определение. Логистика в туризме – наука о планировании, контроле и управлении операциями, совершаемыми в процессе формирования тура, доведения готовой продукции до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также в процессе передачи, хранения и обработки соответствующей информации. Из этого определения следует, что логистика является системой, содержащей функциональные области, каждая из которых решает определенные проблемы [11. С. 10]

В состав логистической системы туризма входят:

• информация – планирование туров, обработка заказов, прогнозирование спроса.

• перевозка туристов – выбор вида транспорта и компании-перевозчика.

• кадры, обслуживающие туристов – важный составной элемент системы логистики.

• обслуживающее производство – подразделения логистики, которые обслуживают процесс формирования тура и оказания услуг потребителю.

Таким образом, объектами логистического управления и контроля в туризме становятся процессы формирования, продвижения и реализации туристического продукта, а также связанных с ними финансовых и информационных потоков.

Каждая туристическая фирма стремится к увеличению своей прибыли, и это является одной из основных её задач. Получение и увеличение прибыли подразумевает под собой, прежде всего наличие и увеличение числа постоян-

ных потребителей туристических продуктов и услуг. Однако клиентов можно привлечь и удержать, если они заинтересованы в получении услуги у данной фирмы. Растущее насыщение традиционных туристических рынков вынуждает туристические организации стремиться к поиску и подключению новых туристских рынков, а также совершенствованию уже действующих.

Особенностью туристического продукта является динамизм его изменения и связи с постоянным изменением потребительского спроса. Это оказывает существенное влияние на планирование, контроль, управление транспортированием и другими материальными и нематериальными операциями, совершаемыми в процессе туристической деятельности в процессе производства и доведения до потребителя туристического продукта, а также передачи, хранения и обработки соответствующей информации. Логистика как раз и занимается изучением совокупности и оптимизации этих потоков в современной науке.

Присоединение отечественных туристических рынков к международной туристско-экскурсионной сфере представляет собой довольно сложный организационно-технический и экономический процесс, требующий не только разнообразных знаний в области туризма и профессионализма в туристско-экскурсионной деятельности, но и умения пользоваться новыми прогрессивными методами обработки и передачи-приёма материальных и информационных потоков. Логистика в сфере туристических услуг воспринимается в виде концепции интегрированной логистики, позволяющей объединять усилия управляющего персонала предприятия, её структурных подразделений и логистических партнёров для сквозного управления основными потоками. Согласно мировому опыту, сегодня в конкурентной борьбе рынок сбыта турпродукта завоёвывает тот, кто умело пользуется основополагающими разработками и рекомендациями логистики, владеет её методами и принципами.

Целью применения логистической концепции в сфере туристических услуг является нахождение новых способов кардинального повышения эффективности по использованию ресурсных и производственных капиталов, обеспечения более высокого уровня конкурентоспособности каждого участника интегрированных логистических цепей.

Таким образом, эффективное использование современных инструментов логистики по управлению деятельностью туристических предприятий способно выявлять потребности существующих и потенциальных потребителей туристических услуг. Также туристические фирмы могут улучшать своё положение так, что предоставление туристических услуг будет являться экономически выгодным для всех участников туристического рынка.

В современных рыночных условиях постоянно возникает вопрос, как же обеспечить конкурентоспособность туристической фирмы. Предприятие будет конкурентоспособным до тех пор, пока у него есть конкурентное преимущество благодаря более высокой производительности, преимуществу по издержкам, или благодаря особым качествам, отличающим его продукт от конкурентов.

Для удержания конкурентных позиций на рынке, требуется постоянная инновационная деятельность. Внедрение инноваций в туристической фирме должно происходить быстрее внедрения аналогичных инноваций у конкурентов.

Роста конкурентоспособности туризма на международном уровне и снижение экономических рисков в условиях рыночных отношений между туристическими организациями можно добиться только при применении теоретических и практических разработок и рекомендаций логистики.

Учитывая значимость логистического подхода к управлению туристическими предприятиями, в настоящее время всё больше уделяется внимания вопросам по внедрению нововведений в логистику, вследствие чего появился термин инновационной логистики.

Инновационная логистика – актуальная составляющая логистической деятельности, призванная изучать необходимость и возможность внедрения прогрессивных инноваций в организацию текущего и стратегического управления потоковыми процессами с целью выявления и использования дополнительных резервов путём рационализации (оптимизации) этого управления [12].

Логистические инновации в современном менеджменте туристических предприятий в теоретическом плане основываются на четырёх логистических концепциях, представляющих собой основную исходную базу разработки гибких моделей логистических систем. Можно выделить следующие концепции:

• концепция общих логистических издержек в комплексе – определение дифференцированных логистических издержек, их калькуляция, анализ и мониторинг итоговых издержек для укрепления конкурентоспособности туристического предприятия на национальном и международном уровне;

• концепция реинжиниринга бизнес-процессов в логистике туристических предприятий – выявление взаимосвязей и отношений между функциями и степени посредничества и сотрудничества;

• концепция интегрированной стратегии логистики туристических предприятий – качество обслуживания потребителей на базе постоянного мониторинга прогноза спроса и предложения на туристическом рынке;

• логистическая концепция управления полной цепью поставок туристических продуктов и услуг – организация всего комплексного, интегрированного и гармонизированного процесса продвижения туристических услуг от начального поставщика до конечного потребителя.

Логистические инновации в менеджменте туристических предприятий, как направление логистической деятельности, рассматривают нововведения во всём интегрированном и гармонизированном комплексе логистики, и в этой связи предусматривают дополнение существующего и разработку нового инструментария (методов, способов, критериев, показателей) в области методического обеспечения логистики и её структурных элементов, используемой в организации и управлении материальным производством и сферой услуг, а также усовершенствование операций, применяемых в логистических бизнес-процессах туристических предприятий [2].

Предлагаемая инновационная логистическая концепция управления туристической деятельностью опирается на постоянство перехода от традиционного управления к логистическому и определяется степенью проникновения логистики на все уровни управления потоковыми процессами в компании туристической отрасли. При этом логистизация не разрушает существующей системы

управления. Напротив, она предполагает рационализацию и оптимизацию управления материальными, финансовыми и информационными потоками на корпоративном уровне [8. С. 77].

Условия для эффективного внедрения и применения инновационной логистики в управлении индустрией туризма в настоящее время вполне сложились, учитывая следующие особенности современного туристического рынка:

• наличие свободных рыночных отношений, т.е. возможность выбирать рынки сбыта туристических продуктов, деловых партнеров, устанавливать цены, вести коммерческую работу;

• насыщение рынка туристическими услугами, наличие рынка покупателей;

• независимая деятельность руководства внутри туристической компании по определению целей туристической фирмы, стратегии её развития, организационных структур, распределению средств по статьям бюджета и т.д.;

• наличие острой конкурентной борьбы за клиента между туристическими предприятиями.

Таким образом, внедрение и использование инновационного логистического подхода в индустрии туризма позволят:

• повысить оперативность и качество обслуживания потребителей туристического продукта;

• создать единую систему учёта и контроля за формированием и движением туристического продукта на туристическом рынке;

• сократить временные интервалы формирования, продвижения и реализации туристического продукта и услуг;

• автоматизировать процессы учёта и контроля финансового, сервисного и информационного потоков;

• оптимизировать численность обслуживающего персонала, сократить объём циркулирующей документации и число ошибок в ней.

Следовательно, можно ещё раз отметить, что процесс внедрения логистических технологий управления не противоречит внутренней экономической политике туристической фирмы и не влечёт за собой серьёзных нововведений, а лишь дополняет их, выводя туристическое предприятие на более высокий уровень развития, обеспечивающий улучшение экономического состояния. Логистика играет интегрирующую роль, объединяя логистические звенья в единую логистическую систему, изменяя менеджмент, маркетинг, организационное поведение [13].

Максимальная интеграция всех логистических функций туристических фирм обеспечивает эффективность туристической деятельности и делает управление более гибким и целенаправленным.

Подводя итог вышесказанному, необходимо отметить, что вхождение России в третье тысячелетие знаменует собой качественно новый этап в истории её развития и, в частности, этап коренных рыночных преобразований во всех сферах жизни общества. В этих условиях представители различных отраслей пытаются не только оценить состояние российской политики, экономики и социальной сферы, но и спрогнозировать дальнейшие тенденции их развития. Всё более заметную роль начинает играть туристическая политика, которая оказалась востребованной в ходе экономических реформ, так как влияет на та-

кие жизненно важные процессы, как использование природно-ресурсного потенциала территорий и его воспроизводство, демографию и занятость населения, уровень и качество жизни, взаимодействие региональных рынков и механизмы управления этими процессами [14].

Следовательно, перед российскими туристическими предприятиями и туристической отраслью в целом встаёт проблема поиска таких методов построения эффективной системы управления, которые позволили бы укрепить рыночные позиции каждой туристической организации в отдельности, и этим способствовать дальнейшему развитию всей отрасли туристического бизнеса.

В условиях жёсткой концепции в современном обществе главная задача любой турфирмы – завоевание лидирующего места на туристическом рынке, получение и увеличение прибыли. Одним из способов обратить внимание потребителя на свои услуги является предложение новых форм, отличающихся от услуг конкурентов.

И именно инновации, непрерывность их развития, продуктов их деятельности и прогресса в целом, помогают привлечь новых покупателей, увеличить доходы фирмы. Таким образом, логистические инновации в менеджменте туристических предприятий являются необходимым условием в программе развития и реализации туристического продукта на современном туристическом рынке. Именно с помощью логистических инноваций в деятельности туристической фирмы есть возможность обеспечить своему туристическому продукту вполне стабильное существование.

Список литературы

1. *Борисов Ю.Н.* Маркетинг в туризме. М.: Дело, 2003. 431 с.

2. *Воронов В.И.* Международная логистика. Вестник университета (Государственный университет управления). 2004. Т. 700. С. 700.

3. *Гвозденко А.А.* Логистика в туризме. М.: Финансы и статистика, 2004. 272 с.

4. *Жукова М.А.* Менеджмент в туристическом бизнесе. М.: КНОРУС, 2006.

5. *Игорева Н.А.* Проблемы и тенденции развития сферы туристических услуг. М.: Инфра-М, 2005 г. 225 с.

6. *Карпова Г.А., Воронцова М.Г.* Экономика современного туризма. М.: Герда, 2010. 380 с.

7. *Кузнецов О.А.* Логистика: логистическое управление в туризме: Учеб. пособие. М.: РИБ «Турист», 2006. 166 с

8. *Сергеева В.И.* Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов. М.: ИНФРА–М, 2004. С. 77-78.

9. *Уваров С.А.* Логистическая оптимизация уровня сервисного обслуживания в туризме // Вестник Российской академии естественных наук. 2013. №17(4). С. 145-147.

10. *Щербаков В.В.* Основы логистики: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2009. 432 с.

11. *Янковенко В.А.* Логистика в туризме: Учеб.-метод. пособие. Минск: РИПО, 2014. 47 с.

12. Научный журнал NovaInfo [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://novainfo.ru (дата обращения 09.02.2017).

13. *Соколов И.А.* Российское предпринимательство. 2007. №4. Вып. 2(89). С. 87-90. Туристическая библиотека [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/sokolov.htm (дата обращения 09.02.2017).

14. IX Международная студенческая электронная научная конференция [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.scienceforum.ru (дата обращения 28.02.2017).

УДК 658.78

Борисова Вера Викторовна
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ КЛАСТЕРЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

Аннотация. В статье рассмотрены возможности решения экологических проблем территории в рамках логистических кластеров. Природоохранная роль логистических кластеров реализуется в рамках создания экологических платформ, внедрения «зелёных» технологий. Взаимосвязь логистического и экологического менеджмента.

Ключевые слова: логистические кластеры, экологические кластерные инициативы, «зелёные» технологии, логистический менеджмент.

Borisova Vera, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

LOGISTICS CLUSTERS AS A TOOL OF ENVIRONMENTAL DEVELOPMENT

Abstract. The article deals with the possibility of addressing environmental problems within logistic clusters. Environmental logistics role clusters within the ecological platforms, introduction of «green» technologies. The relationship of logistics and environmental management.

Keywords: logistics, logistic clusters, cluster initiatives, «green» technology, logistics management.

Непостоянство условий внешней среды и стохастичность параметров элементов-звеньев логистической структуры определяют актуальность природоохранных функций в организационных формах кластерного типа.

Осмысление природоохранной роли логистики становится одной из новых проблем современного логистического знания.В повышении общих результатов логистической деятельности значение имеет достижение не только экономических, но и социальных, экологических, ресурсосберегающих целей. Об этом свидетельствует зарождение экологических инноваций в логистических кластерах.

Стратегические экологические ориентиры развития России до 2030 года непосредственно связаны с реализацией экологических, ресурсо- и энергосберегающих инноваций [1]. Поэтому и конфигурирование экономических потоков в формате логистических кластеров обусловливает необходимость решения природоохранных целей.

Известно, что логистический менеджмент обладает мощным экологическим и ресурсосберегающим потенциалом, позволяющим осуществить контроль работы транспорта, использования складских площадей, тары, упаковки, применения оборудования по переработке отходов и вовлечению их в хозяйственный оборот.

© Борисова В.В., 2017.

С помощью логистической кластерной организованности материальных потоков надеются не только повысить конкурентоспособность отдельных отраслей и регионов, но и реализовать государственную экологическую политику.

Ключевые параметры кластера – среда, структура и инновационная специализация во многом предопределяют устойчивость экономического потока и дееспособность кластерной организационной формы.

Среда может изменяться медленно, естественно или под воздействием быстрой революционной смены сути и характера общественных отношений, экономики, техники, технологии. Чем консервативнее внутрисистемная и внесистемная среда, тем более завершенным кажется соответствие выбранных организационных форм данной среде. Экономические потоки в зависимости от крепости связи между их элементами, степени надёжности логистического образования как системы и их способности сохранять намеченную траекторию и режим функционирования, несмотря на воздействия внешней среды, подразделяются на: устойчивые и неустойчивые [2].

Экономический поток неустойчив, если отклонения от программы траектория его развития со временем увеличивается. Состояние неустойчивости системы усиливается в точках бифуркации, когда необходимо сделать выбор, или скорректировать путь развития. Значимость учёта точек бифуркации в том, что они допускают возможность несиловыми, информационными способами, слабыми воздействиями повлиять на выбор поведения системы. Приобретение организационными формами новых устойчивостей означает развитие у них способности к адаптации, учёту того, что есть в действительности. А действительность характеризуется напряжённой экологической ситуацией в большинстве стран мира. Для России, особенно актуальной стала проблема утилизации бытовых отходов. Так, на одного жителя страны за год образуется более 400 кг бытовых отходов. Приобретение новых способностей утилизации бытовых отходов на основе использования инструментария «зелёной» логистики возможно в рамках формирования прогрессивных природоохранных региональных кластеров. Социально-экономическая среда оказывает существенное влияние на тип формирующегося кластера. Но практическая устойчивость логистического кластера предопределена и концентрацией в нём элементов-звеньев, а значит, зависит от способа их сочетания и характера организационной связки. Природоохранный тип логистического кластера характеризуется траекторией его экологической специализации [3].

Обратим внимание на то, что при проведении кластерной политики важно правильно идентифицировать контуры кластера и определить тренд его экологического развития. Исторические предпосылки кластерной концепции позволяют заключить о возможности разработки российских кластерных эталонов применительно к природоохранным условиям национального хозяйства. Рассматривая содержательное наполнение термина «кластер» в данном контексте, отметим возможности применения «зелёных» технологий в рамках многопрофильного взаимодействия и горизонтально-сетевого партнёрства его внутренних элементов [4].

На кластерные образования природоохранного типа возложена роль экологической платформы, реализующей «зелёные» технологии. Реализация при-

родоохранных кластерных инициатив осуществляется на основе объединения внутренних ресурсов (интеллектуальных, финансовых, материальных и др.) всех участников логистического кластера. Выбор стратегических направлений взаимодействия бизнеса, государства, науки при внедрении «зелёных технологий» непосредственно связан с привлечением финансовых ресурсов государства и бизнес-сообщества. Инструментом такого рода консолидации сил выступают экологические платформы, которые объединяют широкий круг заинтересованных сторон и направлены на создание и внедрение «зелёных технологий», экологически чистых продуктов (работ, услуг); инициируют научно-исследовательские работы на основе взаимодействия государства, науки, бизнеса, общественных организаций.

Необходимым условием функционирования современного логистического кластера становится продуктивное экологическое сотрудничество бизнеса, государства и науки. Принцип «тройной спирали» – взаимодействие государства, бизнеса и науки лежит в основе формирования природоохранных логистических кластеров. Зарубежный опыт кластерной политики свидетельствует о перспективности применения подобного принципа взаимодействия государства, частного сектора экономики и науки.

С точки зрения экологической эффективности функционирования логистических кластеров, можно выделить: рационализацию схем товародвижения и сокращение негативного воздействия транспорта на окружающую среду; применение ресурсосберегающих, экологически ориентированных транспортных средств, погрузочно-разгрузочного и складского оборудования; утилизацию отходов в системе поставок и др. Эколого-экономические противоречия внутрикластерного взаимодействия партнёров пытается разрешить экологистика или «зелёная» логистика на основе экологической поддержки системы управления материальными, информационными, энергетическими и сервисными потоками. Экологическая сбалансированность логистических систем базируется на симбиозе функций логистического и экологического менеджмента [4].

Таким образом, внедрение основных принципов построения экологически сбалансированных логистических систем кластерного типа требует согласованности действий в решении логистических задач, поскольку от этого зависит выбор пути их наилучшего решения.

Список литературы

1. *Борисова В.В.* Логистические организационные формы кластерного типа// Междунар. науч.-практ. конференция. Современный менеджмент: проблемы и перспективы: Сб. статей. В 2-х ч. Ч. 2/ Ред колл.: А.Е. Карлик (отв. ред.). СПб.: СПбГЭУ, 2016. С. 439-444.

2. *Афанасенко И.Д., Борисова В.В.* Логистика в системе совокупного знания. СПб.: СПбГЭУ, 2013. С. 199.

3. *Борисова В.В.* Экологический потенциал логистики. // Междунар. науч.-практ. конференция XIII Южно-Российского логистического форума, октябрь 2016. Ростов-на-Дону: РГЭУ, РИНХ, 2016. С. 39-42.

4. *Афанасенко И.Д., Борисова В.В.* Движущие силы организационных форм кластерного типа // Предпринимательство. 2015. №4. С. 12-24.

УДК 330

Букринская Эльвира Мансуровна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В ГОРОДСКИХ СИСТЕМАХ

Аннотация. Транспортные системы являются ключевыми звеньями развития городских экономических систем. Применение логистических инноваций позволит значительно повысить их эффективность.

Ключевые слова: транспорт, транспортные концепции, инновации, транспортная система Санкт-Петербурга.

Bukrinskaya Elvira, M.
Saint-Petersburg State University of Economics

LOGISTIC INNOVATIONS IN THE CITY SYSTEMS

Abstract. Transport systems are key elements in the development of urban economic systems. Application of logistic innovation will greatly enhance their effectiveness.

Keywords: transport, transport concepts, innovation, the transport system of St. Petersburg.

В настоящее время российские города осуществляют важнейшие социально-экономические реформы, которые оказывают влияние на эффективность работы и состояние ключевых городских систем – транспортных. По мере повышения среднего уровня доходов горожан повысился и уровень автомобилизации (количество автомобилей на 1000 жителей), причем он продолжает расти высокими темпами. Повышается трудовая и деловая активность населения, увеличиваются потребности в посещении торговых центров, объектов культуры и досуга, потребности в поездках за город. Все это приводит к стремительному увеличению спроса на передвижения и в количественном (т.е. объем транспортного потока), и в качественном отношении (т.е. комфортность, безопасность, удобство и надежность транспорта). Во многих российских городах существующие объекты транспортной инфраструктуры и сам городской транспорт не могут в полном объеме удовлетворить этот растущий спрос. Большинство городов испытывают трудности в том, что касается последовательного планирования городских транспортных систем и управления ими, что является необходимым условием успешного решения существующих транспортных проблем.

Эволюция транспортных концепций пережила несколько этапов. В начале XX века появляются концепции и проекты, получившие впоследствии общее название «город для автомобиля». Основная идея этих концепций заключалась в создании развитой инфраструктуры автомобильных связей, позволяющей жителям беспрепятственно перемещаться по городу главным образом при помощи личного автотранспорта. Конечно, общественный транспорт тоже присутствовал,

© Букринская Э.М., 2017.

но его значение было невелико, и выполнял он, скорее, роль вспомогательного социального средства транспортного обеспечения для относительно узкой категории лиц, не имеющих возможности перемещаться на личном автотранспорте.

С ростом количества городского населения и соответственно ростом числа автомобилей транспортная инфраструктура, необходимая для обслуживания города, стала занимать значительные территории городского пространства. Автомобильные связи, адаптируемые под возросшие транспортные потоки, стали отнимать у города ценную площадь и, проявившись в виде внутригородских магистралей, нарушили единство городской среды. Попытки вынести элементы транспортного каркаса выше уровня земли привели к тому, что транспорт стал «господствовать» не только на улицах, но и над улицами, деформируя или разрушая архитектурный облик городов. Городская среда в некоторых случаях стала пространством, зажатым между магистралями, дорожными развязками и парковками. С другой стороны, даже активное развитие транспортной инфраструктуры не всегда позволяло эффективно решать возникающие проблемы, и загруженность городов транспортом продолжала расти.

С середины XX века предлагается новая концепция, которую условно можно назвать «город без автомобиля», предполагающая, что решение транспортных проблем лежит в ограничении личного автотранспорта и реализации проектов развития транспорта общественного. Одним из важнейших доводов в данном случае является то, что автомобиль зачастую является средством передвижения лишь для одного человека – водителя, занимая при этом на дороге место, достаточное для перемещения на порядок большего количества пассажиров общественного транспорта. Кроме того, требуется устройство мест для парковки вне сети городских улиц, чтобы не затруднять движение по ним, а на развитие дорожной сети для пропуска постоянно увеличивающегося потока личного автотранспорта расходуется значительная часть муниципальных бюджетов.

Развитием этой концепции является идея – «город для пешеходов». Условием для предпочтения пешеходного движения является наличие в радиусе шаговой доступности максимального количества элементов обслуживания и, что тоже принципиально важно, наличие специально разработанной для пешехода комфортной среды, полной зелёных насаждений [1. С. 33-34].Данные идеи взяты за основу градостроительной концепции «Новый урбанизм» и проявляются в организации так называемых «третьих мест» (third place), где «первое место» — это жилье, «второе» — работа. «Третье место» является одновременно и территорией общения, и зоной отдыха, и местом работы.

Проблемы городских транспортных систем — это в первую очередь проблемы неправильного городского планирования. Территориальное планирование практически никак не связано с транспортным планированием: оценка того, как новая застройка и изменение характера землепользования влияют на дорожное движение, проводится крайне редко. Учитывая, что территория, откуда транспортные потоки стекаются в крупные города, выходит за границы самих городов, действующее законодательно затрудняет создание городской агломерации, охватывающей несколько муниципальных образований или субъектов

Российской Федерации, в рамках которой можно обеспечить последовательное планирование и организацию работы транспорта.

С недавнего времени Правительством Российской Федерации созданы Координационный совет по развитию транспортной инфраструктуры Москвы и Московской области, Координационный совет по развитию транспортной инфраструктуры Санкт-Петербурга и Ленинградской области (субъекты Российской Федерации) для целей координации совместных действий в части организации работы транспорта (далее – транспортные узлы). В настоящее время создана автономная некоммерческая организация «Дирекция Московского транспортного узла», подготовлены соответствующие Программы развития данных транспортных узлов на период до 2020 года. Однако, данные программы не обеспечивают координацию работы общественного транспорта между Москвой и Московской областью, и Санкт-Петербургом и Ленинградской областью. Основные институциональные параметры этих Координационных советов, такие как организационная структура, состав, процедуры принятия решений и методы распределения затрат, потребуют дальнейшего развития, по мере того, как данные органы движутся в направлении реализации инвестиционных программ и интеграции систем общественного транспорта [2. С. 51].

Это подтверждают и решения, принимаемые чиновниками на уровне агломераций.

Выступая на заседании Координационного совета, вице-губернатор Санкт-Петербурга Игорь Албин обратил внимание на принципиальное значение согласованности градостроительной политики двух субъектов. «Мы понимаем, что точки напряжения связаны не только с транспортными потоками, но в большей степени – с градостроительной политикой. Надо обратиться к проблеме комплексной застройки территории на границе двух субъектов Федерации. Решая проблемы транспортной доступности, надо так или иначе привязывать их к градостроительной политике», – сказал он, отметив, что такой подход позволит не только решать существующие транспортные проблемы, но и не создавать новых.

В первую очередь проектные предложения специалистов направлены на обеспечение приоритетного развития пассажирских перевозок городским транспортом общего пользования и создания условий для снижения уровня использования населением агломерации Санкт-Петербурга индивидуального транспорта.

По информации консультантов, в настоящий момент Санкт-Петербург занимает 11 место рейтинга ТомТом по загруженности улично-дорожной сети (УДС), в результате чего, время поездки по трудовым целям, как на личном, так и на общественном транспорте превышает нормативный уровень на 40%. (Нидерландская компания Tom Tom ведет независимый рейтинг загруженности дорог на основе данных GPS. Индекс Tom Tom сравнивает среднее время движения в городах в часы пик и во время минимальной нагрузки. Индекс трафика Tom Tom измеряет заторы в 295 городах по всему миру.)

По мнению разработчиков проекта, перевод значительной части автомобилистов на городской пассажирский транспорт возможен за счет повышения

качества его услуг, в первую очередь, по параметрам частоты и скорости движения, наполненности подвижного состава.

В проектных предложениях консультантов сформулирована цель достижения показателей по времени в пути и индекса TTI до уровня развитых мировых мегаполисов до 2020 года. При этом, отмечено, что указанная цель достижима только при переходе к компактному транспортно-ориентированному развитию агломерации. По мнению консультантов, сегодня большинство жилья в городе вводится в удаленных районах, поэтому более 50% объема инвестиций в развитие УДС расходуется на обеспечение транспортной доступности этих территорий, и в случае пересмотра градостроительных приоритетов возможно ускоренное развитие УДС в границах плотной застройки.

План мероприятий по повышению эффективности использования существующей инфраструктуры возможен на принципе «быстрых побед» путем оптимизации следующих аспектов организации дорожного движения: развертывание платных парковок в центре со снижением количества машиномест на УДС в центре и за пределами центра города; масштабирование системы администрирования нарушений ПДД; разработку новой единой маршрутной сети НГПТ с минимизацией дублирования маршрутов; развертывание и запуск работы ИТС и др.

Среди ключевых мероприятий консультантами отмечены: внедрение обязательного аудита влияния проектов жилой застройки на транспортную систему; разработка и внедрение механизма обязательного софинансирования застройщиками компенсирующих мероприятий по развитию инфраструктуры; и реализации политики ограничения личного транспорта.

Сходная программа развития транспортной системы реализована в Москве: эффект от мероприятий первых трех лет уже позволил снизить время в пути на 10%. По мнению разработчиков проекта, для Санкт-Петербурга может быть использована подобная модель с координацией программы на уровне профильного вице-губернатора Санкт-Петербурга.

По итогам анализа презентованного проекта, проведенного СПб ГБУ «Центр транспортного планирования Санкт-Петербурга» отмечено, что предлагаемый в проекте вариант транспортной политики, основан в значительной степени на опыте Москвы. Особенностью Санкт-Петербургского транспортного узла является наличие в его составе преград для транспортных связей, создаваемых акваторией Финского залива, внутренними водными и железнодорожными путями сообщений, наличие в историческом центре морских портовых комплексов. Также необходимо учитывать статус Санкт-Петербурга как исторического поселения и объекта всемирного наследия ЮНЕСКО, и как следствие, специфику строительства объектов инфраструктуры на территории города [3].

Рассмотрим инновации, которые используют в своей деятельности города, обладающие эффективной транспортной системой. В их решениях успешно сочетаются институциональные механизмы, экономические меры и бюджетные ресурсы. Можно выделить несколько общих факторов, свидетельствующих об эффективности организации транспортных систем.

Наличие стратегического планирования является ключевым звеном в эффективной организации транспортной системы. Стратегическое планирование в таких системах реализуется в виде последовательного перспективного планирования и плана реализации решений. Результаты достигаются за счет применения процедур планирования, которые связывают воедино долгосрочную стратегию, план финансирования расходов на среднесрочную перспективу (обычно на пять лет), ежегодный бюджетный процесс.

Успешные практики рассматривают городской транспорт комплексно, что означает подпадание под общие правила стратегического регулирования политики землепользования, строительства автомобильных дорог, организации дорожного движения и работы пассажирского транспорта. Таким образом и образуется единое целое за счет применения комплексных процедур стратегического планирования (как правило, на основе стратегии, утвержденной в установленном порядке и имеющейся в открытом доступе).

Немаловажным фактором успешной реализации стратегии является управление важнейшими транспортными функциями, осуществляемое на уровне городской агломерации, когда существует единое управление городской агломерации (как, например, в Стамбуле (Турция)), единый специализированный орган управления пассажирским транспортом на уровне городской агломерации (как, например, в городах США) или прочные объединения органов управления смежных территорий (как, например, в городах Франции).

Особое внимание уделяется разработке эффективной системы общественного транспорта, созданной за счет ряда направлений:

− развития скоростного пассажирского транспорта, который является центральным звеном системы общественного транспорта, способным стать реальной альтернативой индивидуальному автотранспорту;

− осуществления интеграции всех видов транспорта в единую систему, включая планирование доли услуг, осуществляемых различными видами транспорта, обеспечение физически удобных пересадок и создание интегрированных систем продажи билетов и информирования пассажиров;

− разделения функций планирования и эксплуатации транспортных систем с применением профессионального контроля в сфере планирования услуг и тарифов на проезд, а также заключения контрактов на транспортное обслуживание населения, мониторинга и обеспечения исполнения контрактов;

− эффективной закупки услуг в рамках контрактов на транспортное обслуживание населения, которые заключаются по итогам конкурсов, охватывающих все виды перевозок – коммерческих или субсидируемых, – а также коммерциализация деятельности муниципальных предприятий пассажирского транспорта [2. С. 48-49].

Список литературы

1. *Виноградов К.И.* Эволюция концепций развития транспортных систем городов новейшего времени // Традиции и инновации в строительстве и архитектуре. Градостроительство. Сб. статей. под ред. М.И. Бальзанникова, К.С. Галицкова, Е.А. Ахмедовой. Самарский государственный архитектурно-строительный университет. Самара, 2016. С. 33-36.

2. *Букринская Э.М.* Логистика города: Учеб. пособие. /Э.М. Букринская. СПб.: СПбГЭУ, 2015. 83 с.

3. Игорь Албин принял участие в работе Координационного совета по развитию транспортной системы Петербурга и Ленинградской области // http://gov.spb.ru/gov/admin/albin-igor-nikolaevich/news/102197/ (дата обращения 28.02.2017).

УДК 332.135

Гвилия Наталья Алексеевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПОТОКИ КЛАСТЕРА: РОЛЬ И МЕСТО В КОНЦЕПЦИИ «ТРОЙНОЙ СПИРАЛИ»

Аннотация. В настоящее время перспективы развития кластеров происходят в направлении усиления горизонтальных взаимодействий между государством, наукой и бизнесом. Основные институциональные секторы инновационной системы все сильнее переплетаются, образуя так называемую тройную спираль. Наука взаимодействует с государством и бизнесом, они оказывают взаимное влияние друг на друга и вместе определяют направление и скорость экономического развития. Особое внимание в статье уделено функционированию логистических потоков. На примере отдельного кластера представлены логистические потоки с учетом концепции «тройной спирали», определены их роль и место в кластере.

Ключевые слова: кластер, логистические потоки, концепция «тройной спирали».

Gviliya Natalia, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

LOGISTICS CLUSTER FLOWS: ROLE AND PLACE IN THE CONCEPT OF «TRIPLE HELIX»

Abstract. At present, the prospects for the development of clusters occur in the direction of strengthening horizontal interactions between government, science and business. Major institutional sector innovation system is increasingly intertwined, forming a so-called triple helix. Science interacts with government and business, they have a mutual influence on each other and together determine the direction and speed of economic development. Special attention is given to the operation of logistics flows. For example, an individual cluster presented logistical flows, taking into account the concept of the «triple helix», defined their role and place in the cluster.

Keywords: cluster, logistics flows, the concept of the «triple helix».

Кластер является экономическим феноменом, в котором повышается эффективность каждого отдельного элемента, снижаются риски, и появляется возможность достижения целей, которые вызывают сложности у индивидуальных предприятий. Предприятия в кластере максимизируют свою эффектив-

© Гвилия Н.А., 2017.

ность и эффективность системы в целом, за счет обмена информацией, ресурсами и опытом.

В настоящее время экспертное сообщество и участники действующих успешных кластеров достигли консенсуса в том, что эффективное развитие кластера возможно в рамках модели «тройной спирали» (Triple Helix), то есть обязательным взаимодействием бизнеса, власти и науки. При отсутствии хотя бы одной из категорий формирование полноценных кластеров с инновационной составляющей становится невозможным [6. С. 67]. Данная идея возникла на основе модели переплетающихся спиралей молекулы ДНК, в которой переплетаются две ветви. Для успешного развития инновационной экономики, как выяснилось нужны три ветви, притом с течением времени эти ветви могут сдвигаться, изменяться, перетекать одна в другую.

В концепции данной модели категория бизнеса включает крупные, средние и малые предприятия. Власть – местные, региональные и государственные органы управления. Научные организации состоят из университетов, исследовательских институтов, центров коммерциализации исследований и разработок.

Авторами модели «тройной спирали» (Г. Ицковицем и Л. Лейдесдорфом) выделены следующие ее преимущества:

1. Обеспечиваются различные виды экономии, поскольку снижается уровень неопределенности и издержки участников кластера.
2. Неограниченное разнообразие новых товаров и услуг в связи с тем, что участники кластера в концепции спирали могут соединять активы и компетенции в самых разных комбинациях.
3. Процесс ко-эволюции трех секторов создает в масштабах кластера коллективную модель производства инноваций, при которой каждый участник кластера обеспечивает систему производства знаний за счет создания гибридных институциональных форм [1].

Несмотря на то, что у представителей бизнеса, науки и власти, участвующих в кластере, существуют собственные интересы и системы стимулов, успешными становятся те кластеры, в которых всем группам участников удается сочетать собственные интересы с целями развития кластера [5].

На управление логистическими потоками влияют масштабы и сложная структура кластера. Логистические потоки кластера следует рассматривать как совокупность всех материальных, информационных, финансовых и сервисных потоков:

- внутри каждой компании кластера;
- между отдельными компаниями кластера (с учетом категорий участников «тройной спирали»);
- между отдельными компаниями кластера и управляющей компанией (координационным советом кластера);
- между кластером и окружающей деловой средой.

Логистические потоки в кластере могут быть как вертикальными (построенные по принципу покупатель-поставщик), так и горизонтальными (общие поставщики, посредники, покупатели). По параметрам логистических потоков можно говорить о частоте использования того или иного канала, а, следова-

тельно, степени взаимодействия между предприятиями кластера. Так, например, показатель интенсивности логистического потока (разнообразных ресурсов) отражает слабую либо сильную степень взаимодействия между участниками кластера.

Функционирование логистических потоков кластера представлено на рис. 1 на примере кластера медицинской, фармацевтической промышленности и радиационных технологий Санкт-Петербурга.

Рис. 1. Логистические потоки кластера медицинской, фармацевтической промышленности и радиационных технологий Санкт-Петербурга

На рис. 1 на примере отдельного кластера представлены материальные, информационные, финансовые и сервисные потоки с учетом трех секторов модели «тройной спирали». Научно-образовательный сектор тесно связан с научно-производственным сектором, медицинскими учреждениями и фармацевтическими компаниями. Государственный сектор представлен, прежде всего, Министерствами РФ, а именно, здравоохранения, промышленности и торговли, труда. Естественно, в этот сектор входят также региональные и муниципальные

органы власти, другие институты. В качестве управляющей компании фигурирует акционерное общество «Особые экономические зоны».

Взаимодействие местных фирм, университетов и различных образовательных центров позволяет создавать самые разнообразные формы делового сотрудничества и степень интеграции участников [2. С. 18]. Например, механизм партнерства «университет/промышленность» может проявляться в разных формах — от грантов на обучение и стипендий получившим университетское образование и продолжающим научную деятельность в рамках целевых исследовательских программ и контрактов, до совместных изысканий и консорциумных соглашений, программ производственного обучения и поисков формирования новых сетевых структур. Логистика является драйвером конвергентных процессов, аккумулируя взаимопроникновение инноваций в различных областях для оптимизации потоков [4. С. 86]. В рамках кластеров, в структурах, принимающих в них участие, накапливается большой объем технологий, широких знаний по рынкам, маркетингу, а также других специализированных видов информации. Доступ к этой информации легче всего, и с меньшими затратами, можно организовать для фирм внутри кластера [3. С. 64].

При управлении логистическими потоками кластера необходимо учитывать то обстоятельство, что между участниками наряду с кооперацией присутствует и конкуренция. Конкуренция обычно возникает при распределении общих ресурсов между участниками кластера, кооперация – в процессе трансформации изобретений в инновации, а инноваций в конкурентные преимущества. Сбалансированное сочетание кооперации и конкуренции между участниками кластера является ключевым вопросом эффективного функционирования и управления логистическими потоками.

Список литературы

1. *Бондаренко Н.Е.* Инновационные кластеры как форма интеграционных объединений хозяйствующих субъектов в постиндустриальной экономике // Экономика и управление. 2016. №1. С. 120-124.

2. *Гвилия Н.А.* Интегрированное планирование цепей поставок: Учеб. пособие / *Н.А. Гвилия.* СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013. – 58 с.

3. *Гвилия Н.А.* Кластеризация как вектор повышения конкурентоспособности логистической инфраструктуры корпораций в современных условиях // РИСК: Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. Аналитический журнал. III-2014 (июль-сентябрь). 283 с. С. 60-65.

4. *Гвилия Н.А.* Приоритеты конвергентных процессов в логистике / Логистический потенциал Санкт-Петербурга в формировании инновационной экономики: Сб. тезисов докл. междунар. науч.-практ. конференции. 01-02 дек. 2016 г. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. 305 с.

5. *Дежина И. Г.* Государство, наука и бизнес в инновационной системе России / *И.Г. Дежина, В.В. Киселева.* М.: ИЭПП, 2008. 227 с.

6. *Смородинская Н.В.* Тройная спираль как новая матрица экономических систем // Инновации. 2011. № 4(150). С. 66-78.

УДК 339.138

Дандина Анастасия Юрьевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ПРОБЛЕМНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЛОГИСТИКОЙ УТИЛИТАРНОГО СЕРВИСА

Аннотация. Исследуются прикладные аспекты теории принятия управленческих решений в логистике утилитарного сервиса на примере сектора общественного питания. Адаптируется проблемно-ориентированный подход, предполагающий использование методов экономической диагностики проблем в разрезе общеэкономических и специальных функций управления логистикой. Даются рекомендации по сбору, обработке и накоплению информации, отражающей опыт разрешения проблемных ситуаций.

Ключевые слова: проблемно-ориентированное управление, проблемная ситуация, логистика снабжения, производственно-распределительная логистика, карта принятия управленческих решений в логистике.

Dandina Anastasiya, Yu.
Saint-Petersburg State University of Economics

PROBLEM-ORIENTED MANAGEMENT OF UTILITARY SERVICE LOGISTICS

Abstract. Applied aspects of the theory of making managerial decisions in the logistics of utilitarian service are investigated using the example of the catering sector. A problem-oriented approach is adopted, which assumes the use of methods for the economic diagnosis of problems in the context of general economic and special functions of logistics management. Recommendations are given on the collection, processing and accumulation of information reflecting the experience of solving problem situations.

Keywords: problem-oriented management, problem situation, supply logistics, production and distribution logistics, map of management decision-making in logistics.

Проблемно-ориентированное управление – это универсальный подход к управлению бизнесом и бизнес-процессами, который, однако, принимает особенные черты в зависимости от специфики управляемого объекта. В рамках заявленной темы эта специфика касается двух аспектов: во-первых, речь идет об управлении логистикой, а точнее логистическими процессами и потоками, которые обладают множеством свойств, в том числе динамичностью, предполагающей решение проблемы сопряженности и синхронизации [9], во-вторых, о сервисе как сфере приложения логистики в многообразии назначения, содержания услуг и форм обслуживания и, наконец, об утилитарном сервисе как отдельном секторе сферы услуг, ориентированном на обслуживание человеческих потребностей, что требует урегулирования противоречий между массовостью спроса и персонифицированностью предложения услуг [7]. Сообразно этому

© Дандина А.Ю., 2017.

требуется учесть в управлении действие общеэкономических и организационных принципов логистики в ее прикладном контексте, имея в виду неформальные отличия логистики сервиса и сервисной логистики [6].

В связи с вышеизложенным необходимо отметить, что современная логистика приобретает общественный, социальный характер, в том числе благодаря тому, что охватывает сферу услуг. Последняя, как и сфера материального производства, имеет достаточно сложную структуру, которая допускает деление на услуги промежуточного и конечного потребления, в иной терминологии – производственного и социального назначения. Утилитарные услуги (от лат. utilitas – польза) относятся к категории социальных и подвергаются собственной классификации в зависимости от перманентности и массовости спроса, предъявляемого в соответствии с потребностями. Наиболее известной среди них является классификация, привязанная к иерархии потребностей А. Маслоу, которая упорядочивает их (потребности) по принципу от наиболее к менее выраженному в составе спроса каждого отдельного индивидуума: физиологические (органические) потребности (голод, жажда, холод и проч.); потребности в безопасности (защищенность); потребности в принадлежности и любви (вовлеченность в общество, проявление любви); потребности в уважении, почитании (уважение, одобрение, признание); познавательные потребности (знание, умение, понимание, исследование); эстетические потребности (гармония, порядок, красота); потребность в самоактуализации (реализация целей, способностей, развитие собственной личности). Как видно, в основе основ всех утилитарных потребностей представлены обладающие наиболее массовым спросом потребности в питании как естественного способа энергетической поддержки живого организма, которые удовлетворяются одноименным сектором утилитарного сервиса.

Современное общественное питание представлено коммерческими организациями различных форм собственности, объединенными по характеру перерабатываемого сырья и выпускаемой продукции, организации производства и форм обслуживания населения. В общественном питании функционируют различные типы предприятий-объектов обслуживания, задачей которых является обслуживание различных контингентов потребителей и предоставление им услуг.

Под услугой общественного питания понимается результат деятельности юридических лиц и индивидуальных предпринимателей по удовлетворению потребностей населения (потребителей) в питании и проведении досуга [1. С. 5]. На фоне общей экономической природы содержание услуг различных предприятий общественного питания существенно варьируется. Так, характерной особенностью ресторанного обслуживания является то, что оно практически связано со всеми фазами расширенного воспроизводства. В ресторане осуществляется производство пищевой продукции (цех является сферой производства). В ресторане происходит обмен продукции общественного питания на деньги. Выполняя функцию обмена, ресторанное хозяйство является одним из звеньев обращения денег. Также происходит организация личного потребления (зал ресторана – это сфера потребления).

Процесс обслуживания в общественном питании – совокупность операций, выполняемых исполнителем при непосредственном контакте с потребите-

лем услуги при реализации кулинарной продукции, кондитерских и булочных изделий, покупных товаров и организации досуга. Система общественного питания при современном уровне ее развития, в том числе через дифференцирование, предоставляет потребителям следующие основные виды услуг.

1. Организация питания – это услуги по изготовлению собственной продукции и созданию условий для ее реализации и потребления, а также продажи покупных товаров. Услуги по организации питания подразделяют в зависимости от типа и категории объекта общественного питания: ресторан, кафе, бар, закусочная, объект быстрого обслуживания, столовая, буфет, кафетерий.

2. Услуги по изготовлению кулинарной продукции, кондитерских и булочных изделий, других видов продукции, включающие: изготовление блюд, кулинарной продукции, кондитерских и колбасных изделий, копченостей, солений и др. по заказам потребителей, в том числе в сложном исполнении и с дополнительным оформлением на объектах общественного питания; изготовление булочных, кондитерских и колбасных изделий, блюд из сырья заказчика на предприятии при наличии документов, подтверждающих качество сырья; услуги повара, кондитера по изготовлению блюд, кулинарных, кондитерских и булочных изделий на дому.

3. Услуги по организации потребления и обслуживания, включающие: организацию и обслуживание торжеств, семейных обедов и др. мероприятий; организацию питания и обслуживание участников конференций, совещаний, культурно-массовых мероприятий в зонах отдыха и др.; выездное обслуживание; доставку кулинарной продукции, кондитерских и булочных изделий по заказам и обслуживание потребителей, в том числе в банкетном исполнении; обслуживание в пути следования пассажирского транспорта; обслуживание в номерах гостиниц; выездное обслуживание по адресу, указанному клиентом; бронирование мест в зале объекта общественного питания; продажу абонементов на обслуживание с комплектованными рационами; доставку кулинарной продукции, кондитерских и булочных изделий, напитков, оставшихся после обслуживания торжеств, на дом потребителю; организацию комплексного и диетического питания.

4. Услуги по реализации кулинарной продукции и кондитерских изделий, включающие: реализацию кулинарной продукции, кондитерских и булочных изделий, полуфабрикатов, и др. видов продукции и покупных товаров через магазин и отделы кулинарии; реализацию кулинарной продукции, кондитерских и булочных изделий вне предприятия, в том числе комплектование наборов кулинарной продукции, кондитерских и булочных изделий в дорогу туристам и другим категориям населения для самостоятельного приготовления кулинарной продукции; отпуск обедов на дом.

5. Услуги по организации досуга: проведение концертов, программ варьете и видеопрограмм; музыкальное обслуживание; предоставление газет, журналов, настольных игр, бильярда.

6. Информационно-консультативные услуги: консультации специалистов по изготовлению, оформлению блюд кулинарной продукции и кондитерских изделий, сервировке стола; консультации диетолога по вопросам питания при

различных заболеваниях; обучение кулинарному и кондитерскому мастерству, сервировке столов.

7. Прочие: прокат столового белья, посуды, приборов; предоставление принадлежностей для чистки обуви; продажа фирменных значков, цветов, сувениров, книг, газет, журналов; гарантированное хранение ценностей потребителя (верхней одежды, сумок); вызов такси по заказу потребителя; парковка личных автомашин на организованной стоянке объекта общественного питания; пользование телефонной связью и интернетом.

Ассортимент предоставляемых услуг варьируется в зависимости от типа предприятия, но общее заключается в том, что от объема и качества услуг зависит его конкурентоспособность.

Функционирование субъектов рынка услуг общественного питания сталкивается с множеством проблем, вызванных, в первую очередь, недостатком обоснованных методических рекомендаций по формированию эффективных управленческих решений с использованием проблемно-ориентированных методов управления логистикой, в том числе общенаучных и прикладных. Эти методы должны быть представлены (и востребованы) с позиции реализации общих функций управления логистикой: планирование, организация, мотивация, контроль, анализ/оценка, регулирование, которые замыкаются в контур управления логистических процессами через логистическую координацию. Другой позиционный срез, не альтернативный, а дополнительный к первому, рассматривает специальные функции управления логистикой в отдельных сферах деятельности предприятий общественного питания: снабжение, производство, распределение услуг в адрес клиентов бизнеса, при этом в силу специфики некоторых услуг, в частности основных, связанных с организацией питания, процессы производства и распределения интегрируются в производственно-распределительную логистику. В целом же общественное питание, возможно, как никакой другой утилит, является клиентоориентированным сервисом, и потому координирующим началом относительно логистики снабжения, логистики производства и логистики распределения выступает маркетинговая логистика. В результате рождается карта принятия управленческих решений в логистике матричного вида (табл. 1), где каждый элемент матрицы фиксирует потенциально проблемную область (в порядке иллюстрации в таблице выделена область «организация логистики снабжения»).

Карта принятия управленческих решений в логистике рекомендуется для использования в качестве инструмента выявления реальных проблемных областей, применения методов экономической диагностики проблем логистики. Привязанные к ситуации принятия логистических решений они предполагают исследование хозяйственной ситуации, описываемой триадой «управленческая задача – условия принятия решения – решение», которая интерпретируется как проблемная ситуация в случае, если на пути принятия решения задачи возникает проблема как некая сложность, препятствие, которые необходимо преодолеть. Ситуация трансформируется в рисковую ситуацию, если преодолевается с вероятностностью [5].

Такой аппарат экономической диагностики проблем логистики предполагает построение каталога хозяйственных ситуаций в управлении логистикой

общественного питания, упорядоченных: (1) – по видам услуг, оказываемых предприятием общественного питания, (2) – по областям принятия управленческих решений, как формуляра, заполняемого по мере накопления информации относительно проблем логистики. Очевидно, что приложением к нему должен стать аналогичный каталог, фиксирующий накопленный опыт решения проблем и подвергнутый упорядочению, например, в привязке к принципам логистики, осуществляемым на практике через управление.

Таблица 1

Карта принятия управленческих решений в логистике

Общие функции управления логистикой	Функциональные области логистики предприятия			
	Снабжение	Производство	Распределение	Маркетинг
Планирование				
Организация				
Мотивация				
Контроль				
Оценка/Анализ				
Регулирование				
Координация				

За рамками этих действий остается глубокая аналитика, которая предполагает создание методического инструментария разрешения проблемных ситуаций – обоснования и принятия решений с использованием специальных логических и расчетно-аналитических процедур, оценочных параметров (затрат, качества услуг), выстроенных в систему сбалансированных показателей управления логистикой с учетом реализуемых ею правил, согласованных с правилам оказания услуг в сфере общественного питания [2, 3, 4, 8].

Список литературы

1. *Артемова Е.Н., Владимирова О.Г.* Планирование на предприятиях ресторанного бизнеса. М.: Издательский центр «Академия», 2001. 176 с.

2. *Силкина Г.Ю.* Теория принятия решений и управление рисками: модели конфликтов, неопределенности, риска: Учеб. пособие. СПб., 2003.

3. *Силкина Г.Ю., Богословская Н.М., Харитонова И.Ю.* Математические аспекты теории измерений в экономике // Науч.-техн. ведомости Санкт-Петербургского гос. политехн. университета. Экономические науки. 2013. № 1-1(163). С. 140-147.

4. *Силкина Г.Ю., Переверзева А.А.* Совмещение системы сбалансированных показателей и метода обратных вычислений как аналитический инструмент управления эффективно-

стью компании // Науч.-техн. ведомости Санкт-Петербургского гос. политехн. университета. Экономические науки. 2016. № 3(245). С. 258-267.

5. *Силкина Г.Ю., Шевченко С.Ю.* Модели и методы управления экономическими рисками: Учеб.пособие. СПб., 2009.

6. *Щербаков В.В. Архипкин О.В.* О логистическом сервисе и логистике сервиса // Стратегическое управление инновационным развитием экономики России: Межвуз. науч. сборник. Вып. 9. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2005. С. 430-432.

7. *Щербаков В.В., Дандина А.Ю.* Общетеоретические и прикладные аспекты реализации принципа клиентоориентированности бизнеса в маркетинговой логистике // Вестник Южно-Уральского гос. университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2014. Т. 8. №3. С. 181-186.

8. *Щербаков В.В., Сапрыкин И.Г.* Идеи адаптации теории и методов принятия решений к задачам управления цепями поставок // Проблемы современной экономики. 2010. №4. С. 215-216.

9. *Щербаков В.В., Трегубов В.Н.* Методология синхронизации в управлении логистикой общественного пассажирского транспорта // Интегрированная логистика. 2011. №6. С. 18-19.

УДК 658.7

Дмитриев Александр Викторович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы стратегического развития транспортно-логистического бизнеса на глобальном рынке. Исследованы проблемы построения устойчивых логистических систем в производственно-сбытовой деятельности, привлечения инвестиций в сферу информационных систем и технологий в логистике, расширения сферы электронной коммерции в структуре глобальных цепей поставок.

Ключевые слова: глобальные цепи поставок, транспортно-логистические системы, логистическая инфраструктура, логистический менеджмент.

Dmitriev Aleksandr, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

STRATEGIES FOR THE DEVELOPMENT OF GLOBAL TRANSPORT AND LOGISTIC SYSTEMS

Abstract. The article considers the issues of strategic development of transport and logistics business in the global market. The problems of building sustainable logistics systems in production and marketing activities, attracting investments in the field of information systems and technologies in logistics, expanding the scope of electronic commerce in the structure of global supply chains.

Keywords: global supply chains, transport and logistics systems, logistics infrastructure, logistics management.

© Дмитриев А.В., 2017.

В настоящее время одним из важнейших факторов, определяющих быстрые изменения в области транспортно-логистической деятельности, является глобализация. Среди логистических трендов, влияющих на стратегии развития игроков логистического рынка на глобальном уровне, можно выделить следующие [5]:

1. Тяготение центров производства к конечным потребителям.

В последние годы отчетливо наметились тенденции переноса производственных мощностей в страны, которые расположены географически ближе к стране заказчика. К примеру, все чаще мы можем наблюдать перенос производства из Китая в страны Восточной Европы. Это обусловлено ростом стоимости рабочей силы и транспортных расходов в самой Азии, а также удешевлением рабочей силы в ряде стран Восточной Европы. Перенос мощностей позволяет сократить затраты не только на производство продукции, но и на саму логистику.

2. Снижение коэффициента статической грузоподъемности контейнерных судов.

Еще одной тенденцией стала переориентация затрат со стороны судоходных компаний. Большинство судоходных компаний с целью сокращения общих расходов предпочитают вкладывать бюджеты в приобретение больших грузовых судов. Очевидно, что чем больше судно, тем ниже стоимость перевозки одного контейнера, однако порой это ведет к ситуации неполной загрузки судна и к финансовым потерям. Экономия средств при использовании больших судов возможна лишь при балансе между спросом и предложением.

3. Рост инвестиций в сфере информационных систем и технологий в логистике и управлении цепями поставок.

На сегодняшний день логистические процессы усложняются, а сама отрасль приобретает все больше динамики. Полный контроль над цепью поставок способны обеспечить только надежные ИТ-технологии, «заточенные» под потребности отрасли. В силу этих причин транспортные компании и грузовладельцы вынуждены внедрять инструменты, которые способны обеспечить наглядность, прозрачность и учет операций. Облачные решения для управления транспортной логистикой позволяют получать и обмениваться информацией по всей цепи поставки в реальном времени, что делает перевозчиков более конкурентоспособными на рынке, а грузовладельцам позволяет контролировать поставки. Автоматизация логистики наряду с облачными технологиями позволяют сократить затраты на привлечение трудовых ресурсов, оптимизировать процессы, искать грузы и транспорт под загрузку, проводить электронные торги на закупку услуг и онлайн-мониторинг грузов и многое другое.

4. Развитие «зеленых» технологий в логистике и соответствие стандартам экологической безопасности.

В современном обществе наблюдается устойчивый тренд по защите окружающей среды. В транспортной отрасли все больше внимания уделяется экологическим нормам, а также стандартам корпоративной социальной ответственности. Участники логистической цепи стараются сотрудничать с поставщиками, которые предлагают не только надежные, но и безопасные с точки зрения экологии решения. Эти требования уже закреплены в ряде принятых в

мире законодательных актов и норм. К примеру, в РФ Транссибирские Железные Дороги планируют инвестировать значительные средства в «экологичные» транспортные решения в направлении Азии. Большинство экспертов отмечают, будущее за «зелеными» технологиями.

5. Крупные слияния и поглощения в отрасли мировой транспортно-логистической деятельности.

В последнее время можно было заметить ряд крупных слияний в транспортно-логистической отрасли, что сказывается на характере мировой логистики в целом. Больших оборотов этот тренд набрал в Азии и Северной Америки.

6. Непрерывное расширение сферы электронной коммерции оказывает влияние на структуру глобальных цепей поставок.

Все больше потребителей совершают покупки в Интернете, проходя мимо розничных торговых сетей. Поскольку электронная коммерция находится на пике подъема, возрастает роль сервисов доставки посылок конечному потребителю. Это абсолютно новый тип логистической цепи, поэтому транспортным компаниям придется оптимизировать свою логистику в соответствии с потребностями современного рынка.

7. Экономический рост новых регионов и появление новых мировых центров торговли.

В последние годы Китай демонстрировал ошеломляющие темпы экономического роста и служил двигателем мировой торговли. В настоящее время активно развивается еще ряд регионов. Ожидается, что Африка станет следующим большим торговым центром, что бросает новый вызов транспортной отрасли. Неразвитость инфраструктуры и транспортных коммуникаций, плохое состояние дорог – со всеми этими проблемами придется столкнуться транспортникам в скором времени.

Устойчивое функционирование транспортно-логистической системы определяет единство экономического пространства, свободное передвижение населения и товаров, развитие свободы предпринимательства и конкуренции, улучшение уровня и условий жизни людей, обеспечение национальной безопасности и целостности страны, интеграцию в мировую экономическую систему [2].

Отечественные и зарубежные исследования рассматривают высокоорганизованную международную транспортно-логистическую систему как способ внедрения высокоэффективных логистических схем доставки грузов и пассажиров, а также решения следующих задач:

– обеспечение рациональной скорости оборачиваемости материальных ресурсов с учетом использования оптимальных величин отправок грузов, временных показателей движения транспортных средств и нахождения товаров в логистических центрах (терминалах, складах, системах консолидации, сортировки, распределения, разукрупнения и т.д.);

– установление эффективного соотношения между сроком доставки и транспортными издержками (тарифами, сборами и другими платежами), что определяется условиями перевозки (видом сообщения, опасностью грузов, местом в интегрированных логистических производственных и транспортных системах и т.п.), в том числе, для различных видов отправок;

– определение рационального уровня сервисного обслуживания в рамках доставки груза при использовании услуг транспортно-логистического центра, обеспечивающего процесс эффективной синхронизации и гармонизации логистического потока;

– рациональные вложения ограниченного объема инвестиций в объекты транспортно-логистической инфраструктуры;

– установление оптимальных соотношений между количеством и местоположением транспортных логистических центров общего пользования и ведомственных.

Глобальные транспортно-логистические системы функционируют с целью формирования и реализации эффективных процессов товародвижения, участвуют в регулировании и контроле материальных, в том числе грузовых потоков, а также соответствующих им потоков информационных и финансовых на территории рассматриваемого региона.

В общемировой структуре логистическая система отдельного региона какого-либо государства отличается от других по следующим признакам: конфигурация, набор логистических посредников, вид и параметры материальных, информационных и финансовых потоков, организация логистического менеджмента и связей, даже, несмотря на общий подход к анализу и синтезу таких систем.

В рамках процесса формирования как региональных, так и глобальных транспортно-логистических систем, в первую очередь, ставятся задачи разработки теоретических проблем и методологических принципов, имеющих отношение к исследованиям мировой и региональной экономики, в частности, в области транспортных комплексов, и соответствующего синтеза организационно-функциональной структуры субъектов и объектов управления в логистических системах, а также формирования обеспечивающих комплексов и подсистем логистического менеджмента.

Достижение эффективных показателей интеграции участников глобальных транспортно-логистического процессов возможно с помощью формирования устойчивых региональных транспортно-логистических систем, в основе создания и функционирования которых заложены концепция и методологические принципы интегрированной логистики, обеспечивающие согласованность экономических интересов субъектов региональных транспортно-логистических систем при условии обеспечения реализации целей и стратегий функционирования системы. При этом материальные, финансовые и информационные потоки выступают в роли интеграторов транспортно-логистических процессов и позволяют осуществлять эффективное совместное планирование, организацию и управление товаропроводящими сетями.

В условиях интеграционных процессов существенно возрастает роль именно транспортной логистики, как важного стратегического направления, отвечающего за формирование грузопотоков и снижение издержек обращения.

Говоря о построении глобальных транспортно-логистических сетей, стоит отметить большой потенциал России в развитии данного направления. Транзитные пути между Европой и Азией, пролегающие по территории нашей страны позволяют значительно сокращать время доставки товаров и транспортные

издержки. Понимая перспективы данного направления, в 2008 году Министерством транспорта РФ была разработана «Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года».

Интеграция транспортной системы России в мировое транспортное пространство выделено в отдельное направление, подчеркивая его важность для роста российской экономики. При этом, анализируя задачи, позволяющие реализовать данную цель, стоит отметить логистический подход к решению проблемы, основанный на: создании сквозных скоростных транспортных коридоров; обновлении и повышении конкурентоспособности транспорта, что ведет к сокращению простоев; создании единых транспортных пространств в рамках международного сотрудничества; развитии и внедрении инновационных логистических технологий.

Доля логистических затрат в структуре ВВП России достаточно велика, что, в основном, может быть обосновано большой территорией государства, Однако, можно рассмотреть в сравнении две страны, имеющие также значительную территорию: США и Китай. В рейтинге Всемирного банка на 2016 год они занимают 10 (LPI 3.99) и 27 (LPI 3.66) места соответственно, при этом, за период с 2007 года США показало прирост LPI в 0,15, а Китай – 0,34. Уровень логистических затрат в ВВП США по данным на 2015 год составляет 8,5%, Китая – 18,0%. Данные показатели позволяют сделать вывод о том, что эффективная логистическая система – это прямой путь к повышению благосостояния страны и снижения её издержек. По мнению специалистов The Boston Consulting Group и Комитета по логистике ТПП России если Российской Федерации удастся снизить затраты на логистику и транспортировку до среднемирового уровня, который на сегодняшний день составляет порядка 11% ВВП, то это позволит высвободить порядка 180 млрд. долларов ежегодно [3].

Проблемы транспортно-логистической системы России связаны со следующей спецификой отечественного логистического рынка:

1. Высокий уровень логистических затрат – неэффективность организации внутренней логистики компании и транспортно-логистической системы страны в целом.

В силу специфики экономического развития России последних лет, многие компании не задумывались о роле логистики, концентрируясь исключительно на росте бизнеса. Основной задачей логистики данного периода была доставка груза – в полном объеме и в срок, необходимый для организации производства. Учитывая низкий уровень ответственности перевозчиков и длительные расстояния доставки, компании концентрировались на снижении рисков, часто посредством покупки и включения подвижного состава в свою структуру.

Нынешняя экономическая ситуация, характеризующаяся как период стагнации, заставила компании обратить внимание на совершенствование своих транспортно-логистических систем как сфер поиска максимального снижения издержек и эффективного ведения бизнеса.

Рост спроса на качественные логистические услуги в России формирует определенные предпосылки для реформирования всей транспортно-логистической системы страны в целом.

2. Слабое развитие транспортно-логистической инфраструктуры.

Удаленность основных экспортных производств от портов, нерациональное размещение производства и архаичность организации доставки грузов от производителя к потребителю, слабое развитие складкой и транспортной инфраструктуры, неэффективная работа мультимодальных транспортно-логистических терминалов – значительно снижают эффективность и уровень развития логистики в России.

По оценке специалистов The Boston Consulting Group, в России наблюдается высокое недофинансирование в развитие транспортной инфраструктуры [4].

При этом специалисты отмечают, что около 70% всех вложенных инвестиций принадлежат государству, тогда, как этот показатель в мировой практике не превышает 30%. На наш взгляд, в данном случае можно говорить о нерешенном вопросе применения в России эффективного использования инструментов государственно-частного партнерства. Бизнес не видит экономической выгоды от вложения собственных средств в построение транспортно-логистической инфраструктуры страны. Эту проблему необходимо решать посредством совершенствования нормативно-правовой базы и налоговой системы, которые должны стать с одной стороны стимулирующей составляющей, показывающей предпринимателям выгоду от инвестирования в инфраструктуру, с другой – неким гарантом снижения рисков долгосрочного инвестирования.

3. Таможенная, тарифная и нормативная политика государства.

Несмотря на то, что в последнее время в данной сфере наблюдаются значительные улучшения: сокращение сроков таможенного контроля при выпуске товаров, переход на систему электронного документооборота, возможность подачи на таможню предварительной информации и т.д., тем не менее, по оценке Всемирного банка по показателю «таможенные процедуры», России присвоен бал 2,20 из 5.

Срок таможенной очистки российских авиаузлов в среднем составляет 7 дней, в то время как аналогичный показатель у ведущих европейских аэропортов – 1 день.

Постоянное повышение железнодорожных тарифов – существенный барьер на пути становления эффективной транспортно-логистической системы России и её интеграции в мировое пространство. Стоимость транзита груза по территории нескольких государств зависит от тарифной политики каждой страны и повышение цен одной из них может привести к нерентабельности всего коридора.

Определенной проблемой остается и формирование оптимального баланса между различными видами транспорта. Высокие барьеры на вход в сегмент железнодорожного, авиа и авто транспорта – не позволяют транспортно-логистической системе России стать сбалансированной и более эффективной для её участников.

Замедление темпов объемов перевезенных грузов с 2013 года в млрд. тонн и очень существенное уменьшение общего объема грузооборота в млрд. т-км можно объяснить экономическим кризисом, действием экономических санкций по политическим решениям к некоторым государством, а также тем,

что грузы стали перевозиться на более короткие расстояния с использованием программ замещения импорта в международных товаропроводящих сетях.

В данной ситуации требуется использование оптимальных программ логистических систем сбора и распределения грузов. Классифицирование производственных программ, а также программ сбыта и снабжения, работающих точно по графику («канбан» и «точно в срок»), считается результатом развития и усовершенствования производственных методов, а также методов доставки товарных продуктов на рынок. Взаимодействие любого элемента логистических систем, цепей поставок, включая транспорт, определили их дальнейшее совершенствование, на основе которого осуществлялось появление новых систем сбора, транспортировки материальной продукции.

Логистические концепции «канбан» и «точно в срок» привели к тому, что у потребителей транспортных услуг сформировалось предпочтение к критериям оценки транспортной деятельности, таким как следование временным рамкам доставки грузов, зависящим от длительности поставки, надежность и уверенность в удовлетворении существующих потребностей в перевозках и возможность контроля за перемещением груза.

Согласно результатам социологических опросов, увеличение степени влияния перечисленных выше критериев встречалось практически во всех компаниях, использовавших логистические концепции «канбан» и «точно в срок». Стоит заметить, что большинство таких компаний особо внимание уделяют территориальной близости терминалов, километражу маршрутных путей, размер тарифных ставок, и существование специализированного подвижного состава.

Особую значимость в таких условиях оказывают региональные транспортные компании по сбору и распределению груза, осуществляющие доставку на небольшие расстояния. Эти фирмы занимаются транспортировкой грузов малыми партиями, уменьшая затраты путем использования собственных терминалов для сбора и распределения грузов. Развитие региональных логистических компаний уменьшило уровень конкурентоспособности более крупных фирм. Исходя из этого, крупные фирмы были вынуждены обратить внимание на разнообразие видов обслуживания.

Скорость доставки грузов и пассажиров является важной качественной характеристикой перевозочного процесса, определяющей вектор инновационного развития транспортного комплекса РФ. Увеличивая скорость доставки, можно обеспечить рост производительности труда, подвижного состава, инфраструктуры, повысить конкурентоспособность и эффективность функционирования транспортно-логистической системы. Транспортная стратегия РФ на период до 2030 года имеет отличительную особенность, связанную с инновационным сценарием, позволяющим ускорить доставку пассажиров и грузов путем создания высокоскоростных магистралей и высокотехнологичных объектов транспортно-логистической инфраструктуры, которые обеспечивают доступность, безопасность, экологичность транспортных услуг.

Стратегические цели инновационной деятельности транспортно-логистических компаний достигаются за счет применения таких инструментов, как:

– результативность, эффективность, качество управления инновационной деятельностью;

– технологическое лидерство, необходимое рациональное финансирование инноваций,

– стратегический контроллинг.

К базовым элементам стратегического логистического контроллинга следует отнести систему показателей инновационного развития организации, с помощью которых можно формализовать стратегические цели в транспортной сфере, оценить степень и эффективность их достижения, выявить причины отклонений от целевых значений фактических результатов. Данные показатели составляют основу при разработке мероприятий по оптимизации инновационной деятельности на предприятии, улучшению результатов и общей эффективности инновационных процессов.

Мировая практика предполагает использование ключевых показателей эффективности KPI в качестве неизменных элементов оценки технологических и бизнес-процессов, а также системы управления в целом. В этой связи выстроить адекватную систему управления по KPI можно с учетом следующих требований:

– четкое определение каждого коэффициента, возможность измерения его любым пользователем, в том числе и сотрудниками, результаты деятельности которых можно оценить по данным индикаторам;

– формирование и утверждение показателей и нормативов с учетом целевых значений, их достижимость, реальность, наличие стимула;

– все показатели должны быть в тех сферах ответственности сотрудников, подвергающихся оценке;

– постановка целей и значения показателей должны мотивировать и повышать эффективность персонала. Так, при полном выполнении транспортно-складским хозяйством планов перевозок, работники этого подразделения получают дополнительное вознаграждение. Премия не будет выплачена при невыполнении планов.

– показатели должны отвечать принципу сопоставимости, то есть должна быть предусмотрена возможность сравнить одного и того же показателя в подобных ситуациях или на аналогичных предприятиях;

– наглядность (графическое отображение) динамики изменений коэффициентов, чтобы на основании полученных результатов была возможность сделать вывод и принять соответствующие решения;

– осмысленный характер каждого показателя в качестве базы для анализа. Также необходимо внедрять новые индикаторы, привлекая к процессу анализа профильных экспертов. Указанные индикаторы должны формироваться путем опросов руководящего состава с привлечением наиболее квалифицированных специалистов компании.

В современном мире невозможно быть успешным и, главное, сохранить рыночную устойчивость и конкурентоспособность без учета глобальных мировых тенденций. Это касается, прежде всего, и транспортно-логистической отрасли. Понимание того, куда движутся мировые тенденции, открывает возможности для роста и развития субъектов транспортно-логистических систем.

Список литературы

1. *Дмитриев А.В.* Стратегии развития инструментов коммерции: коллективная монография / *А.В. Дмитриев*. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. 348 с.

2. *Дмитриев А.В.* Формирование логистической системы транспортно-логистического обслуживания // Проблемы современной экономики. 2013. №2. С. 201-204.

3. Современные транспортно-складские системы: Учеб. пособие / *А.В. Дмитриев, Э.М. Букринская, О.Н. Липатова*. СПб.: СПбГЭУ, 2015. 79 с.

4. Логистика в России: новые пути раскрытия потенциала / Совм. доклад The Boston Consulting Group и Комитета по логистике ТПП РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://logist.club/sites/default/files/users/user2/files/osnovnoy_doklad_na_konferencii_po_logistike.pdf (дата обращения: 23.02.2017).

5. *Дудко М.* Современные глобальные тенденции развития транспортной логистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://logist.ru/articles/sovremennye-globalnye-tendencii-razvitiya-transportnoy-logistiki (дата обращения 27.02.2017).

УДК 332.8

Дюкова Ольга Михайловна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Аннотация. Статья посвящена логистическим инновациям в сфере управления реверсивными потоками в строительном производстве. Рассматриваются основные проблемы, существующие в настоящее время в сфере обращения со строительными отходами, предлагается внедрение информационную систему учета отходов строительного производства. Использование инновационных инструментов реверсивной логистики позволит повысить ее эффективность и снизить негативное воздействие на окружающую среду.

Ключевые слова: логистические инновации, реверсивная логистика, девелопмент, строительные отходы, информационная система.

Dyukova Olga, M.
Saint-Petersburg State University of Economics

LOGISTICS INNOVATION IN CONSTRUCTION

Abstract. The article is devoted to logistics innovation in the management of return flows in the construction industry. Deals with the main problems currently existing in the field of treatment of construction waste, it is necessary to introduce information system of accounting for construction waste. The use of innovative tools of reverse logistics will improve its efficiency and reduce negative impact on the environment.

Keywords: logistics innovation, reverse logistics, development, construction waste, information system.

Генеральная цель «Стратегии экономического и социального развития Санкт-Петербурга на период до 2030 года» – это обеспечение стабильного улучшения качества жизни горожан и повышение глобальной конкурентоспособности Санкт-Петербурга на основе реализации национальных приоритетов

© Дюкова О.М., 2017.

развития, обеспечения устойчивого экономического роста и использования результатов инновационно-технологической деятельности. Роль логистики как науки и практической деятельности в целом и инновационной логистики в частности в достижении данной цели сложно переоценить. На текущий момент инновационная логистика в России не получила того практического и теоретического развития, которое способствовало бы преодолению кризисных явлений, изменению характера, объемов и уровня производства во всех сферах народного хозяйства. Можно предположить, что с формированием инновационной экономики (2020 г.) начнется новый этап развития логистики, который будет характеризоваться как инновационный.

Логистические инновации относятся к категории процессных (технологических) инноваций и используются при реализации системных и управленческих функций логистики в рамках разрабатываемых бизнес-схем [1. С. 50]. В последнее время большое внимание уделяется повышению эффективности управления движением обратных потоков, являющихся объектом изучения такого направления как реверсивная логистика.

Современное состояние строительного рынка Санкт-Петербурга характеризуется бурным ростом объемов строительства. Активно застраиваются окраины города, однако наибольшим спросом пользуются объекты недвижимости, расположенные в центре города и вблизи развитой транспортной инфраструктуры. В таких районах наблюдается дефицит свободных площадей под застройку, в связи с этим многие строительные компании предпочитают выкупать морально и физически устаревшие объекты недвижимости и освобождать территории под застройку путем сноса. Активное перепрофилирование строительных компаний в девелоперские этому способствует. Девелопмент – это качественные материальные преобразования в объекте недвижимости, которые обеспечивают превращение его в другой, новый объект, обладающий рыночной стоимостью большей, чем стоимость исходного объекта [2. С. 5]. Таким образом, согласно экономической теории, максимальный эффект обновления основных фондов, в состав которых входит недвижимость разного назначения, достигается при равенстве физического и морального износа. В этот момент данный объект экономически целесообразно демонтировать и на его месте построить новое здание [3. С. 208]. Большая часть отходов строительного производства образуется именно в результате демонтажа зданий и сооружений.

Основным законодательным актом в сфере обращения с отходами на федеральном уровне является федеральный закон «Об отходах производства и потребления» №89-ФЗ от 24.06.1998, последние изменения в который были внесены 03.06.2016. Данный федеральный закон описывает основные требования к обращению со всеми видами отходов, а также их учет и нормирование. Статья 10 данного закона содержит требования в области обращения с отходами при архитектурно-строительном проектировании, строительстве, реконструкции, капитальном ремонте зданий, сооружений и иных объектов.

На региональном уровне до апреля 2016 действовали Правила обращения со строительными отходами в Санкт-Петербурге, введенные в действие Распоряжением Администрации Санкт-Петербурга от 15 мая 2003 года №1112-ра. В

данных правилах четко были прописаны основные субъекты и этапы обращения с отходами строительного производства. Отмена данных Правил привела к обрушению многих выстроенных ранее логистических цепей, необходимости налаживания новых хозяйственных связей между участниками процесса вывоза, утилизации и переработки строительных отходов.

Для создания логистической системы по обращению с отходами строительного производства требуется тщательно разработанная законодательная база. Подобный законодательный акт уже разработан в сфере обращения с бытовыми отходами, это закон «Об отходах производства и потребления», изменения в который были внесены 29.12.2014 №458-ФЗ. Помимо прочего, законом предусмотрено создание единой государственной системы учета отходов от использования товаров (ЕГИС УОИТ). ЕГИС УОИТ — федеральная государственная информационная система, которая содержит информацию об отходах от использования товаров, о наличии мощностей основного технологического оборудования по обеспечению утилизации указанных отходов и иную предусмотренную законодательством Российской Федерации информацию (п. 1 ст. 24.3 Федерального закона № 89-ФЗ). На основании п. 3 ст. 24.3 Федерального закона № 89-ФЗ порядок создания, эксплуатации и модернизации ЕГИС УОИТ устанавливается Правительством Российской Федерации. В целях реализации данного положения было принято Постановление Правительства РФ от 30.12.2015 № 1520 «О единой государственной информационной системе учета отходов от использования товаров», которым утверждены Правила создания, эксплуатации и модернизации единой государственной информационной системы учета отходов от использования товаров.

На наш взгляд, целесообразно внедрение аналогичной информационной системы и в сферу обращения с отходами строительного производства и создание единой информационной системы учета отходов строительного производства на городском уровне (ЕИС УОСП). В Правилах также приводятся основные поставщики информации в ЕГИС УОИТ (Приложение 1 к Правилам). Аналогичным образом необходимо осуществлять и сбор информации в сфере обращения со строительными отходами (табл. 1).

Создание единой государственной информационной системы учета отходов строительного производства позволит хранить и оперативно обрабатывать данные о количестве строительных отходов на основных этапах их жизненного цикла (возникновение, сбор, сортировка, переработка, захоронение). Постоянный анализ и контроль направлений переработки отходов будет способствовать выбору наиболее эффективных из них. Разработка интерактивных маршрутных схем вывоза отходов строительства и сноса позволит отслеживать перемещение отходов в режиме реального времени и оптимизировать процессы транспортной логистики. База данных количества отходов, направляемых на переработку, и информация о свободных мощностях приемщиков-переработчиков отходов позволят повысить эффективность загрузки мощностей предприятий-переработчиков.

Таблица 1

Поставщики информации в единую информационную систему учета отходов строительного производства

Поставщик информации	Состав предоставляемой информации
Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ	Информация об объектах строительства, о планах проведения работ по сносу зданий и сооружения
Федеральная служба по надзору в сфере природопользования Комитет по природопользованию, охране окружающей среды и экологической безопасности	Информация о лицензиях на осуществление деятельности по сбору, транспортированию, обработки, утилизации, и размещению строительных отходов; Информация о выполнении нормативов утилизации строительных отходов; Информация о наличии мощностей основного технологического оборудования по обеспечению утилизации отходов строительного производства; Информация о местах (площадках) для сбора и захоронения строительных отходов, организованных юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в сфере обращения со строительными отходами; Информация о проведении контрольно-надзорных мероприятий по выполнению юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в сфере обращения со строительными отходами установленных норм утилизации и переработки отходов
Органы исполнительной власти субъектов РФ [4. С. 93-98]	Информация, содержащаяся в территориальной схеме в сфере обращения с отходами строительного производства
Строительные компании, подрядные организации, осуществляющие снос, разборку, реконструкцию, ремонт (в том числе капитальный) или строительство зданий, сооружений, промышленных объектов, дорог, инженерных коммуникаций;	Информация об объемах строительных отходов, образующихся в процессе деятельности; Информация о разработанном технологическом регламенте по сбору, накоплению, временному хранению, перемещению (транспортированию), переработке, использованию, обезвреживанию, захоронению строительных отходов; Информация о заключенных договорах с юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность в сфере обращения со строительными отходами
Юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в сфере обращения со строительными отходами	Информация о полученных лицензиях на осуществление деятельности по сбору, транспортированию, обработки, утилизации, и размещению строительных отходов; Информация о наличии мощностей основного технологического оборудования по обеспечению утилизации отходов; Информация о наличии мест сбора и захоронения отходов строительного производства; Информация о выполнении установленных норм утилизации и переработки отходов

Список литературы

1. *Дмитриев А.В., Букринская Э.М., Липатова О.Н.* Современные транспортно-складские системы: Учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. 79 с.
2. *Дюкова О.М., Пасяда Н.И.* Управление развитием недвижимости: Учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. 100 с.
3. *Дюкова О.М.* Особенности девелопмента в системе логистического менеджмента строительного производства // Проблемы современной экономики: Евразийский международный научно-аналитический журнал. 2015. №2(54). С. 208-212.
4. *Дюкова О.М., Пасяда Н.И.* Коммерция на рынке недвижимости: Учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. 109 с.
5. Логистика и управление цепями поставок: Учебник / *Щербаков В.В., Букринская Э.М., Гвилия Н.А., Дмитриев А.В., Ефремов А.А., Килль М.Ю., Павлов М.Ю., Рудковский И.Ф., Смирнова Е.А.* М.: Юрайт, 2016. 582 с.
6. *Смирнова Е.А.* Управление глобальными цепями поставок: торгово-экономический подход. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. 162 с.

УДК 338.49

Закревский Алексей Андреевич
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СЕРВИСНЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ТРАНСПОРТНЫХ УЗЛОВ

Аннотация. В статье рассматривается проблема загруженности современной железнодорожной транспортной инфраструктуры России. Предлагается один из возможных вариантов повышения эффективности функционирования железных дорог за счет внедрения и развития логистических инноваций в сервисных системах железнодорожных транспортных узлов.

Ключевые слова: логистические инновации, логистический сервис, логистические системы железнодорожных транспортных узлов.

Zakrevskiy Aleksey, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

LOGISTIC INNOVATIONS AS A FACTOR OF DEVELOPMENT SERVICE SYSTEMS OF RAIL TRANSPORT HUBS

Abstract. The problem of utilization of modern Russian railway transport infrastructure. It is proposed as one of the possible options to enhance the functioning of railways through the introduction and development of logistics innovation in service systems of rail transport hubs.

Keywords: logistic innovations, logistic service, logistic systems of railway transport node.

В современных условиях перехода ведущих экономик мира на новый экономический уклад, где доминирующим фактором роста и развития выступают знания, происходят изменения в таких фундаментальных процессах как

© Закревский А.А., 2017.

международное разделения труда, международная торговля, международные интеграционные процессы, экономическая политика как отдельных стран, так и их объединений. Такие сдвиги не могут проходить без обострения проблем, идущих от предшествующего экономического уклада. Одной из таких проблем является управление такого рода экономической системой с целью создания наиболее благоприятных условий продуцирования знаний. Однако, важно отметить, что без монетизации и коммерциализации за счет всестороннего внедрения полученных «ноу-хау» процесс получения знаний имеет незавершенный вид. Последнее является главной составляющей при переходе от знаний к инновациям, именно внедрение знаний позволяет называть их инновациями.

Описанию такого рода процессов всё больше и больше посвящаются научно-исследовательские работы и труды ученых. Хотелось бы выделить одну из таких работ, написанную в 1998 году: «New rules for a new economy: 10 radical strategies for a connected world», автором которой является К. Келли. В ней сформулирован свод правил перехода к экономике знаний. Одно из правил звучит так: переход экономических взаимодействий от территории к пространству («From places to spaces»). Его концептуальное значение раскрывается как смена вертикального линейноориентированного управления на горизонтальное, а точнее на сетевое (табл. 1) [2. С. 153].

Таблица 1

Сущность перехода экономических взаимодействий от территории к пространству

Современная экономика	→	Экономика знаний
Территория	→	Пространство
Символ: плоскость	→	Символ: объем
Термины: местность, район, дистрикт	→	Термины: сеть, сетевое взаимодействие, виртуализация
Двухмерная система	→	Многомерная система
Меньшая сложность	→	Рост сложности
Эффективность территории	→	Эффективность пространства

Правило перехода отражает глубинные основы логистической концепции (правил логистики 7П/7R: необходимый объект необходимого качества в необходимом количестве предоставлен конкретному потребителю – в нужное время в нужном месте с минимальными затратами [3. С. 15]). Получаем, что логистика как наука является одним из основных источников инструментария, необходимого для перехода к экономике знаний.

Инновации в логистике, как и любые другие инновации, для эффективного их использования должны иметь четкую группировку и классификацию. При этом классификационные признаки могут быть разнообразными и определять-

ся, непосредственно исходя из цели, поставленной перед исследователем. Например, для классификации логистических инноваций можно использовать следующие критерии:

- срок (долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные);
- масштаб (крупномасштабные, средние и мелкие);
- уровень логистической системы (мега-, макро-, мезо- и микро-);
- содержание и значение (стратегические и оперативные);
- вид потока (материальные, финансовые, сервисные, информационные);
- инвестиционноемкость (низкозатратные, инвестиционноемкие, капитальные) и др.

Для транспортной отрасли страны одним из важнейших направлений повышения эффективности функционирования на макроуровне является организация правильной работы сервисных систем в узловых, связующих разные виды и типы транспорта, звеньях. Это обусловливается тем, что именно они выступают ключевыми звеньями, центрами сосредоточения различных видов потоков, которые здесь концентрируются для преобразования своей формы. Узловые системы выступают т.н. «центрами издержек», что и определяет важность правильной организации сервисных логистических систем в транспортных узлах. При этом нельзя не отметить, что их работа должна быть выстроена не только в четких рамках узла, но и быть согласованной между всеми элементами системы, что соответствует основным принципам логистического менеджмента.

Современная железнодорожная система РФ, к сожалению, характеризуется как недостаточно эффективная, неспособная предоставлять комплексные высококачественные логистические услуги. Все это объясняется высокой загруженностью и изношенностью инфраструктурной системы, особенно на определенных участках, что порождает дисбалансы и перекосы в функционировании всей системы в целом. Как известно, пропускная способность системы определяется самым узким её звеном. Такие места принято называть «бутылочным горлышком» («узким местом»). Зависимость показателей функционирования системы и ее загруженности представлена на рис. 1.

Показатели, характеризующие уровень функционирования железных дорог, такие как скорость движения, время и расстояние, в условиях наличия в системе «узких мест» могут вести себя нелинейно и снижаться с всё возрастающими темпами. При этом, на наш взгляд, в случае возрастания нагрузки на слабый участок пропускная способность системы устремляется к нулевым значениям (рис. 1(a)), соответственно, средние значения скорости будут снижаться ускоряющимися темпами, тем самым увеличивая время транспортировки грузов (рис. 1(b)).

Условно можно выделить следующие этапы функционирования инфраструктурной системы. Этап I можно назвать как этап «Низкой загрузки инфраструктурной системы». Этап II – «Оптимальная загрузка системы» – характеризуется наличием оптимально-эффективного уровня загрузки и работы системы, при этом создаются ситуации и предпосылки образования «узких мест» в инфраструктурной системе, этап III можно описать только как «Полную загруженность сис-

темы», в такой ситуации система функционирует на грани одномоментного её перехода к полному затору и коллапсу. Из рассмотренных взаимозависимостей возникает два очевидных пути повышения производительности инфраструктурной системы: снижение нагрузки и (или) повышение пропускной способности.

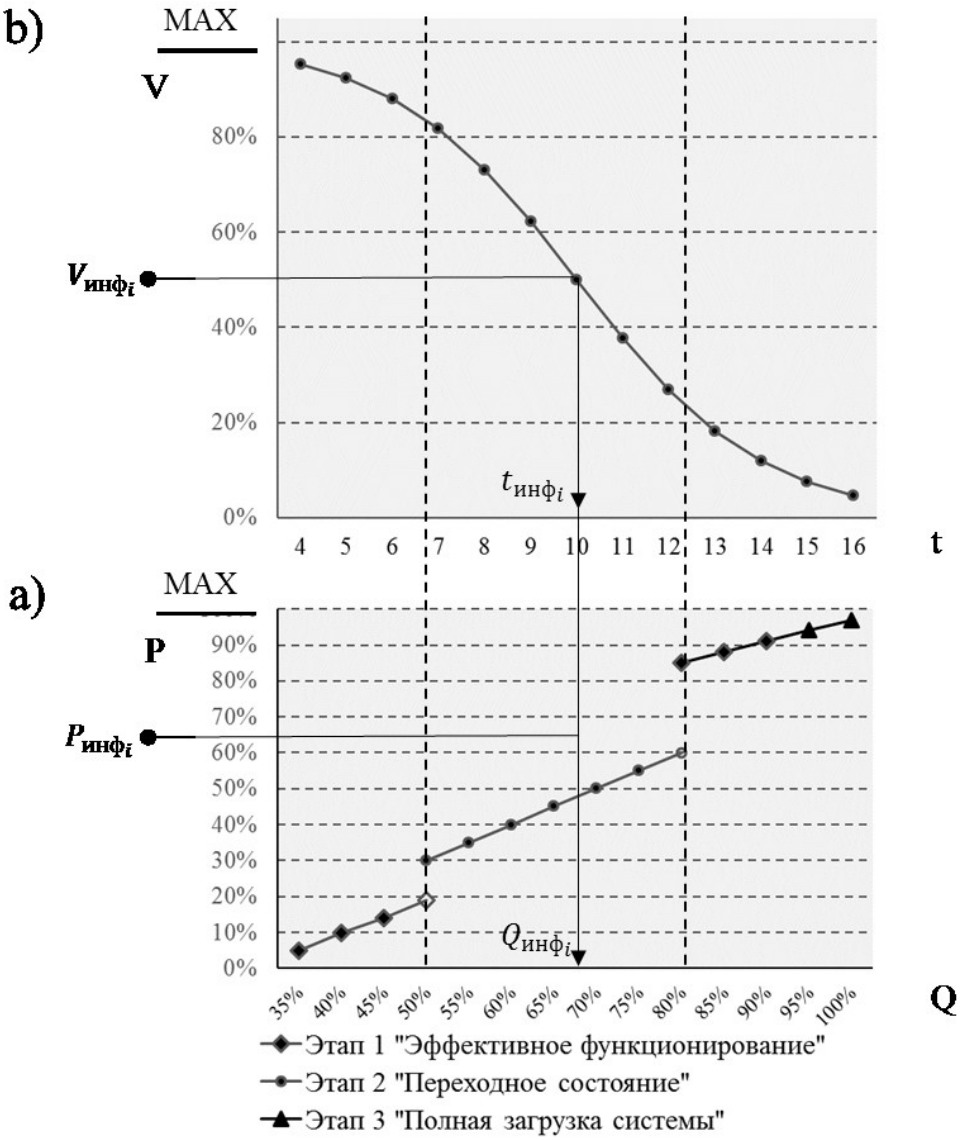


Рис. 1. Взаимосвязь показателей функционирования инфраструктурной системы в зависимости от степени её загруженности
(*P* – коэффициент использования пропускной способности *i*-ой инфраструктурной системы, в % от максимально возможной; *V* – средняя скорость преобразуемого потока в *i*-ой инфраструктурной системе, в % от максимально допустимой; *t* – время преобразования потока в i-ой инфраструктурной системе, в ед.; *Q* – размер потока (нагрузка), в % от максимально возможного в *i*-ой инфраструктурной системе)

В связи с тем, что российская экономика находится в ситуации стагнации с высоким уровнем недоинвестирования, бюджет страны сводится с дефицитом, а резервы сокращаются. Все это является естественными ограничениями, накладываемыми на поиск точек развития, в том числе развития транспортной инфраструктуры. Следовательно, основным путем повышения эффективности

функционирования железнодорожной транспортной системы России является создание и использование всех форм и видов логистических инноваций, которые, во-первых, в соответствии с представленной выше классификацией, являются низкозатратными, быстрыми в реализации и получении эффекта, а во-вторых, имеют максимальный охват за счет своей стандартизируемости. Поэтому, одним из основных видов логистических инноваций, которые отвечают всем этим критериям, являются инновации в области логистического сервиса.

Первоочередными объектами внедрения такого рода инноваций должны выступать системы логистического сервиса железнодорожных транспортных узлов, где уровень загруженность либо превысил, либо на грани попадания в ситуацию «бутылочного горлышка».

Алгоритм реализации предлагаемого проекта, который может быть реализован как пилотный, имеет следующее содержание: во-первых, на базе анализа специалистов отдельных узлов, а также коллективов научно-исследовательских центров РЖД разрабатывается оперативная система анализа, выявления, мониторинга и прогнозирования «узких мест» на всей железнодорожной инфраструктуре РФ. Во-вторых, создаются стандарты и реестры обязательных и дополнительных логистических услуг, а также методика определения требуемого уровня обслуживания. В-третьих, передача на конкурсной основе исполнения определенного спектра логистических услуг субъектам малого и среднего бизнеса, которые должны внести в эту сферу, помимо жизненно важных инвестиций, конкуренцию и ускоренное внедрение инноваций. Основная роль государства в этих взаимоотношениях – обеспечить создание благоприятных условий и недискриминационного положения всех участников, а также гарантию исполнения обязательств.

Основным источником финансирования предложенного комплекса мероприятий выступает ГЧП и частные инвестиции. Это позволит привлечь в проблемных регионах экономически активных граждан к развитию инфраструктуры железнодорожного узла, при этом использовать самые передовые технологии, которыми их должна обеспечивать государственная компания РЖД.

Тот факт, что логистический сервис осуществляет гармонизацию между технологическими элементами и участниками логистической системы, повышение его общего уровня через механизмы горизонтальных экономических связей на конкретных станциях и узлах, позволит в кратчайшие сроки повысить их пропускную и перерабатывающую способность.

Список литературы

1. *Кролли О.А., Парфёнов А.В., Синяков Р.В.* Введение в фондовую и банковскую логистику: очерки и размышления / Под ред. проф. *О.А. Кролли.* СПб.: Изд-во «Полиграфическая компания «КОСТА», 2015. 392 с.

2. *Рекорд С.И.* Концепция развития экстерналий международных кластерных систем и региональных интеграционных объединений: возможности синтеза. // Журнал правовых и экономических исследований. 2013. №2. С. 151–159.

3. *Щербаков В.В., Мерзляк А.В., Коскур-Оглы Е.О.* Автоматизация бизнес-процессов в логистике: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. СПб.: Питер, 2016. 464 с.

УДК 338.32.053.4

Компанийцева Оксана Вячеславовна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

КОНТРОЛЬНО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИМПЕРАТИВ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИКОЙ ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Аннотация. В статье рассмотрена контрольно-аналитическая функция управления логистикой инвестиционно-строительных проектов в рамках реализации стратегических императив. Представлена схема функции контроля в процессе осуществления плана строительного проекта, при взаимодействии с факторами внешней и внутренней среды. Контрольные показатели отражают текущие результаты деятельности, и служат для корректировки логистического процесса в случае отклонения от установленных нормативов.

Ключевые слова: контрольно-аналитическая функция, инвестиционно-строительный проект, управление логистикой, стратегические императивы.

Kompaniitseva Oksana, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

CONTROL AND ANALYTICAL FUNCTIONS OF REALIZATION OF THE STRATEGIC IMPERATIVE LOGISTICS MANAGEMENT INVESTMENT AND CONSTRUCTION PROJECTS

Abstract. The article deals with an analytical function of logistics management of investment and construction projects in the framework of the strategic imperative. It presents a program the scheme of function of control in the course of implementation of the plan of the construction project, in case of interaction with factors of external and internal environment. Benchmarks reflect the current results of activities, and serve for adjustment of logistic process in case of a deviation from the established standard rates.

Keywords: control and analytical function, investment and construction projects, logistics management, strategic imperatives.

Одним из самых значимых вопросов успешного социально-экономического развития является обеспечение граждан доступным жильем. Для решения этой задачи в экономике жилищного строительства поднимаются два вопроса: снижение стоимости проекта, повышение качества строительства. Применение типовых проектов в строительстве жилых домов, в совокупности с технологичным и инновационным управлением хозяйственным процессом способствует решению этих задач.

Одним из способов совершенствования управления хозяйственным процессом инвестиционно-строительных проектов (ИСП) жилой недвижимости является реализация инструментария стратегических императив, который представляет собой основной план действий в достижении целей проекта. Стратеги-

© Компанийцева О.В., 2017.

ческие императивы образуют иерархичную систему управления, включают в себя как процесс планирования логистики проекта, так и процесс реализации и управления проектом путем согласования и взаимодействия функций, потоков, звеньев логистической цепи. Логистика в таком ключе представляет собой совокупный инструмент менеджмента, синергию основных управленческих функций с элементарными.

Стратегические императивы представлены элементами: постановка цели проекта, анализ окружающей среды, логистическая миссия, логистическая стратегия, логистическая тактика, процесс интегрирования логистических функций, логистические операции, анализ достижение целей. Измерение результатов управления логистическими процессами является необходимым условиям достижения целей логистической стратегии, т.к. обеспечивает обратную связь, необходимую для эффективного менеджмента. Контроль и анализ в логистике имеет два аспекта: установление определенной системы мер, измерение результата принятия логистических решений. Для логистического контроля разработаны и применены системы оценки результатов, которые решают задачи мониторинга и оперативного управления операциями.

Сфера контроля и анализа [4. С. 29] базируется на определенных функциях, которыми являются планирование логистики на предприятии, учет и расчет показателей функционирования, идентификация проблемных мест и выработка управленческих решений и непосредственно отчетность. На первых фазах анализа и контроля вырабатывается некая система критериев и идеальная модель планирования проекта. Входом процесса контроля в фирме являются планы, нормативы и стандарты, которые и составляют некую «Модель заданной системы», или некая модель «совершенного заказа» [5. С. 617].

Для ИСП моделью совершенного заказа является стратегический план реализации проекта от момента возникновения цели, до момента реализации и окончания строительства объекта. Модель стратегической прибыли показывает, как управление активами влияет на доходность инвестиций и величину нераспределенной прибыли. При управлении потоками необходимо учитывать, что вложение инвестиций в запасы без изменения эффективности и производительности логистических систем приводит к существенному росту логистических издержек.

Модель стратегической прибыли помогает определить влияние принимаемых решений с учетом потоков денежных средств и активов. Себестоимость продукта уменьшается в результате сокращения запасов, или затрат на закупки. Инвестиции в новое оборудование, или переналадку старого, обеспечивают уменьшение фонд оплаты труда, уменьшение отходов производства. Все эти действия приводят к высокой рентабельности и ускорению материальных и финансовых потоков, а следовательно и оборачиваемости активов, что приводит к дополнительной доходности.

Систему анализа и контроля можно представить в виде последовательности: идеальной модели системы, воздействия на нее параметров среды, в результате чего возникают изменения в реальной схеме проекта. Процессы контроля планово-фактических показателей идеальной и реальной модели на выходе способствуют работе блока принятия решений, который направляет

потоки корректирующей информации на изменение идеальной модели проекта или корректировки процесса регулирования. Контур управления замкнулся (рис. 1).

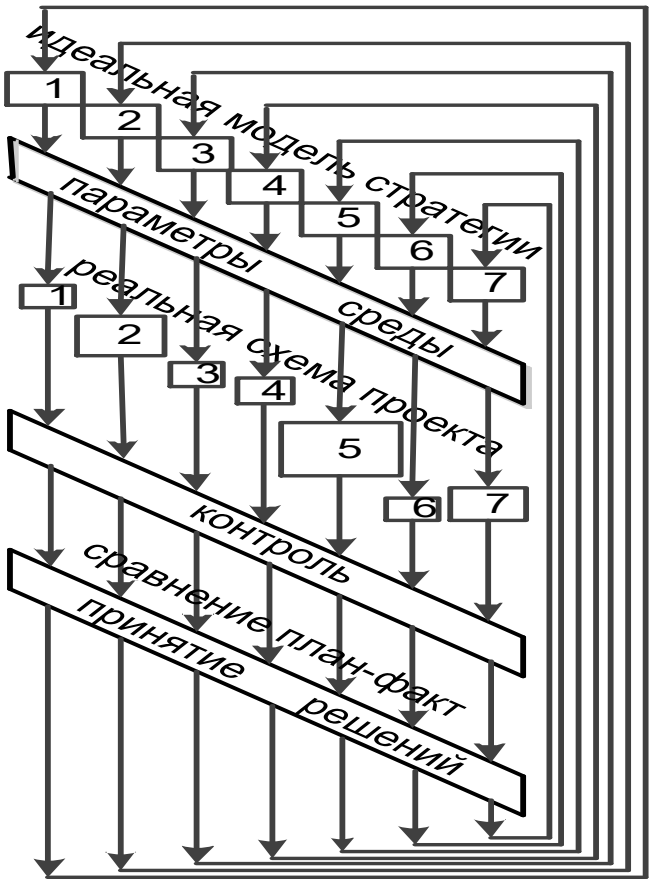


Рис. 1. Контроль и анализ в реализации стратегических императив управления логистикой ИСП

Реализуя заданную модель, проект сталкивается с параметрами внешней среды - налоги, тарифы, процентные ставки, и с параметрами внутренней среды – финансы, технологии, персонал. В процессе взаимодействия с факторами внешней и внутренней среды возникают отклонения параметров от заданной модели. Центральным элементом контроля является система мониторинга, которая основана на базе корпоративной информационной системы. Сравнение осуществляется на основе данных периодических данных бухгалтерской и управленческой отчетности предприятия по данному проекту. Производится оценка отклонений между плановыми и фактическими показателями, отражающими состояние логистического процесса, анализируются случаи несоответствия целевым показателям, после чего вырабатывается план мероприятий по ликвидации «узких мест».

Мониторинг проведенного исследования состоит в тесной взаимосвязи с эффективностью всего проекта и соответствием предпринятых логистических действий по достижению стратегических решений и стратегической модели развития проекта. Эффективность применения логистики оценивается не толь-

ко ее непосредственными показателями, а наибольший интерес представляет ее влияние на изменение экономических и финансовых показателей деятельности экономической системы [3. С. 432].

Мониторинговые показатели позволяют проследить за динамикой работы логистических систем. Управляющие показатели соотносят качество, время, количество выполнения работ с плановыми показателями и стимулируют минимизацию данных расхождений. Функции контроля и анализа сопровождают систему управления на всей иерархии регулирования: на уровне отдельной операции, на уровне звена цепи поставок на уровне этапа развития проекта. Система управления обеспечивает корректировку отклонений, когда они необходимы и устранение возможных отклонений в будущем. При составляющих проекта: звеньях и этапах определение эффективности и качества выполнения работ каждого звена необходим контроль всех показателей в операционном режиме.

Эффективность реализации ИСП оценивается как в общей системе, так и эффективность участия каждого структурного звена. Эффективность участия в проекте включает в себя эффективность участия предприятий и организаций в проекте, эффективность инвестирования в проект, эффективность участия в проекте структур регионального и отраслевого уровня, а также бюджетную эффективность [2. С. 191].

Система контроля этапа работ представляет собой блок-схему: «Вход - исполнение работ, выход - обратная связь». Эффективная система контроля происходит путем планирование этапов работ, точной оценка времени, ресурсов, затрат как произведенных, так и оставшихся. Посредством обратной связи фактическое использование ресурсов сравнивается с плановыми в рамках оперативного цикла и заданной системы управления.

Внутренние оценочные показатели отражают результативность операций, требуемых для обслуживания потребителей - мониторинг доходной части проекта, мониторинг затратной части проекта, эффективности внутренних процессов, необходимые для адекватной оценки логистического сопровождения. Одной из категорий оценки эффективности работы системы является производительность. Она измеряется соотношением результатов на «выходе» к показателям ресурсов на входе, и объемом ресурсов, необходимых при работе системы для получения результата.

Сложности возникают при оценке результатов на выходе и входе. Выделяют три показателя производительности: статические, динамические и косвенные. Статические показатели производительности основано на единичном измерении вводимого ресурса и конечного результата системы [1. С. 593].

Динамические показатели охватывают промежуток времени. Сравниваются статические показатели отношения «входа» к «выходу» в одном периоде в отношении к другому периоду, в результате чего образуется динамический индекс производительности:

$$\frac{\text{Вых 2016}}{\text{Вх 2016}} \Big/ \frac{\text{Вых 2015}}{\text{Вх 2015}}. \qquad (1)$$

Косвенные показатели производительности учитывают факторы, которые опосредованно влияют на производительность. Такие факторы, как удовлетворение потребителей, качество, прибыльность, экономическая и производственная эффективность выполняют одну из основных задач в формировании производительности.

Показатели эффективности логистического сопровождения, ориентированные на процесс следует рассматривать исходя из анализа всех затрат, относящихся как к логистическим, так и к общим издержкам. Целью такого анализа является не сокращение одних затрат за счет их преобразования в другие, а сокращение затрат по всей цепи поставок. Сокращение общих затрат и логистических издержек означает создание ценности для компании. У этого варианта определения эффективности логистического сопровождения имеет существенный недостаток - он не учитывает стратегию управления новыми и поступающими заказами и денежными средствами, т.к. в результате экономии потребители могут быть неудовлетворены качеством обслуживания.

Существенной экономичности проекта можно добиться путем управления проектом по временным параметрам. Сетевое планирование и построение сетевого графика с оптимизацией по времени ресурсам будет способствовать соответствию фактического производства плановой модели и может привести к сокращению продолжительности производственных циклов.

Потребительская ценность продукта воспринимается как качество, скорректированное на относительную цену. Качество включает все неценовые факторы товара. Качественные показатели предназначены для определения эффективности не отдельной операции, а всего логистического процесса. Возможно рассмотреть качественное выполнение всего процесса строительства или этапа работ, качество изготавливаемого объекта, сложнее оценить отдельно взятую операцию. Специалисты различают четыре ключевых аспекта качества [2. С. 290]:

1. Соответствие качества потребностям и ожиданиям потребителя.
2. Качество, достигаемое благодаря разработке и планированию проекта.
3. Качество, достигаемое благодаря контролю фактических величин и соответствия их плановым и проектным показателям.
4. Качество логистического сопровождения: материально-технического и информационного обеспечения, обеспечения управленческой деятельности.

Для строительной отрасли юридически определены нормы и правила проведения строительных работ. Все работы по обеспечению качества основаны на использовании стандартов Международной организации по стандартизации (ISO), принятых в качестве национальных стандартов в 1988 году. В рамках систем управления качеством используют серию стандартов ISO 9000 и EN 29000. В состав ISO входит 91 страна мира, на долю которых приходится 95% мирового производства.

Контроль взаимодействия в логистических сетях позволяет в комплексе оценивать взаимодействие межотраслевых и региональных элементов логистической инфраструктуры в интегрированной системе управления и прогнозировать влияние инвестиций в логистику на финансовое состояние компаний с учетом различных условий финансового планирования.

Список литературы

1. *Бауэрсокс Д.Дж., Клосс Д.Дж.* Логистика: интегрированная цепь поставок. 2-е изд. М.: Олимп-Бизнес, 2008. С. 640.
2. *Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г.* Управление проектами: Учеб. пособие / Под общ. ред. *И.И. Мазура.* 2-е изд. М.: Омега-Л, 2004. С. 664.
3. Основы логистики / Под ред. *В. Щербакова*. СПб.: Питер, 2009. С. 432.
4. *Сергеев В.И.* Исследование состояние логистического контроллинга на российских предприятиях // Логистика и управление цепями поставок. 2013. №4. 29 с.
5. *Сток Дж.Р., Ламберт Д.М.* Стратегическое управление логистикой. М.: ИНФРА-М, 2005. С. 828.

УДК 339.5

Кривошеев Антон Юрьевич
ООО «КомГрупп Холдинг»

ТЕХНОЛОГИЯ «СУХОГО ПОРТА» КАК ИННОВАЦИЯ В ТАМОЖЕННОЙ И ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКЕ

Аннотация. В статье рассмотрены технологии таможенной логистики, направленные на оптимизацию товародвижения через таможенные границы сопредельных государств. Подробно рассмотрена технология «сухого порта» (внутреннего терминала, связанного с морским портом единым технологическим процессом, на территории которого находятся таможенный пост, склад временного хранения, места для стоянки транспорта, иные строения и сооружения), разработанная для оптимизации работы по внутрипортовому экспедированию и таможенному декларированию внешнеторговых грузов. Также дана характеристика этапов внедрения данной технологии в России и перспективы ее использования.

Ключевые слова: технология «сухого порта», технологии таможенной логистики, этапы внедрения технология «сухого порта» в России.

Krivosheev Anton, Yu.
LLC «ComGroup Holding»

TECHNOLOGY OF "DRY PORT" AS INNOVATION IN CUSTOMS AND TRANSPORT LOGISTICS

Abstract. The article considers technologies of customs logistics aimed at optimizing goods circulation through the customs borders of neighbouring countries. The technology of the dry port (an internal terminal connected to the seaport by a single technological process, in whose territory the customs post, a temporary storage warehouse, parking spaces, other structures and structures are located) was elaborated. It was developed to optimize the work on intra port forwarding and Customs declaration of foreign trade goods. Also given is a description of the stages of the introduction of this technology in Russia and the prospects for its use.

Keywords: dry port technology, customs logistics technologies, stages of implementation of dry port technology in Russia.

© Кривошеев А.Ю., 2017.

Исследование организационно-экономических особенностей инфраструктурного обеспечения смешанных перевозок внешнеторговых грузов показало, что наиболее «узким местом» в международных цепях поставок считаются этапы таможенного декларирования и экспедирования в порту, предусматривающие дополнительные перевалки грузов. Потенциальную возможность к согласованию экономических интересов всех участников этих процессов путем минимизации совокупных логистических издержек предоставляет интеграция инновационных технологий таможенной и транспортной логистики.

Под технологиями таможенной логистики понимаются средства и методы, используемые для оптимизации товародвижения через таможенные границы сопредельных государств. При этом в качестве основного критерия оптимизации рассматривается минимизация временных потерь и/или финансовых затрат у участников внешнеэкономической деятельности в процессе их взаимодействия с таможенными органами [1. С. 16].

Законодательством Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и таможенным законодательством Российской Федерации предусмотрена возможность применения участниками внешнеэкономической деятельности ряда таможенных операций и процедур, которые, по мнению отдельных специалистов [1; 3; 4; 5; 6; 7], можно отнести к технологиям таможенной логистики:

- декларирование товаров в электронной форме с удостоверением документов и сведений электронно-цифровой подписью;
- уплата таможенных платежей и/или обеспечение обязательств по их уплате посредством применения «таможенных карт»;
- предварительное информирование таможенных органов о товарах, о транспортных средствах международной перевозки, перемещаемых через таможенную границу Таможенного союза;
- предварительное таможенное декларирование товаров;
- декларирование товаров с подачей неполной или периодической таможенной декларации;
- выпуск товаров без подачи таможенной декларации при представлении сведений, необходимых для их идентификации;
- проведение таможенного декларирования на объектах лиц, ввозящих товары на таможенную территорию Таможенного союза;
- хранение товаров на складе получателя;
- специальные упрощения, предоставляемые уполномоченным экономическим операторам.

Кроме того, нормативно-правовыми актами ФТС России регламентирован порядок применения следующих технологий таможенной логистики:

- технологии «сухого порта»;
- технологии «удаленного выпуска»;
- технологии «удаленной оплаты таможенных платежей».

По оценкам специалистов, в Северо-Западном регионе России большая часть внешнеторговых грузов перевозится морским транспортом [2]. Поэтому сфокусируемся на технологиях «сухого порта» в международных цепях поставок.

Технология «сухого порта» определяет порядок взаимодействия в международных цепях поставок двух основных объектов транспортно-логистической и таможенной инфраструктуры – морского порта и сухопутного терминала. Как инфраструктурный объект, «сухой порт» представляет собой внутренний терминал, связанный с морским портом единым технологическим процессом, на территории которого находятся таможенный пост, склад временного хранения (СВХ), места для стоянки автомобильного и/или железнодорожного транспорта, иные строения и сооружения. Вся территория «сухого порта» является зоной таможенного контроля.

Необходимость разработки и внедрения технологии «сухого порта» обусловлена следующими основными причинами [5. С. 281-282]:

- возможности морских портов по дальнейшему увеличению объемов внешнеторговых перевозок практически исчерпаны;
- длительное нахождение грузов в морских портах связано в основном с неудовлетворительной работой и отсутствием согласованности в действиях операторов сопутствующих логистических услуг;
- сотрудники морского порта, помимо стандартных операций с контейнерами, вынуждены дополнительно заниматься их комплектацией, а также обеспечивать временное хранение контейнеров на терминале;
- операции и процедуры, связанные с таможенным декларированием внешнеторговых грузов, также увеличивают время их нахождения в порту.

Технология «сухого порта» разработана для оптимизации работы по внутрипортовому экспедированию и таможенному декларированию внешнеторговых грузов. В «сухих портах» иностранные товары временно хранятся и накапливаются к отправке, перегружаются на другие виды транспорта, оформляются транспортные и таможенные документы, проводятся операции таможенного контроля, производится хранение и ремонт контейнеров, подключение рефрижераторов к электропитанию. Также там могут быть созданы сервисные центры для ремонта автотранспорта, осуществляющего перевозку внешнеторговых грузов.

В России внедрение технологии «сухого порта» осуществляется в 2 этапа. В ходе первого этапа (2010–2014 гг.) был принят Приказ ФТС России от 18.03.2010 г №510, утвердивший «Порядок осуществления таможенных операций с товарами при прибытии на таможенную территорию Российской Федерации в морских портах и их перемещении из мест прибытия в места временного хранения». Согласно этому документу, на территории морского порта могут осуществляться только операции по разгрузке и перегрузке товаров с морских судов. Операции по сортировке, временному хранению, таможенному декларированию внешнеторговых грузов должны выполняться на территории внутренних терминалов, «сухих портов», находящихся в регионе деятельности одной таможни или таможенного поста. В нашей стране для применения технологии «сухого порта» необходимо выполнение ряда условий, регламентированных вышеуказанным Порядком.

Реализация технологии «сухого порта» на втором этапе (2015–2020 гг.) связана с дальнейшим развитием транспортно-логистической и таможенной инфраструктуры в государствах-участниках Евразийского экономического союза (ЕАЭС), принятием Таможенного кодекса ЕАЭС и других нормативно-правовых актов в области таможенного дела, совершенствованием форм и методов таможенного администрирования.

Знаковым событием в этой области стало официальное вступление в силу Межправительственного соглашения о "сухих портах", которое произошло 23 апреля 2016 года после того, как было ратифицировано 8 из 17 странами, ранее подписавшими документ [8].

В целом же реализация технологии «сухого порта» в международных цепях поставок позволит минимизировать временные затраты на таможенное декларирование импортных грузов и усилить конкурентоспособность российских экспедиторов, перевозчиков, операторов морских и внутренних терминалов на глобальном рынке транспортно-логистических услуг. Интеграция инновационных технологий таможенной и транспортной логистики в международных цепях поставок позволит не только упростить взаимодействие всех участников смешанных перевозок грузов и снизить их логистические риски, но и повысить эффективность таможенного администрирования внешнеторговых товарных потоков.

Список литературы

1. *Альбеков А.У., Гамидуллаев С.Н., Парфенов А.В.* Таможенная логистика: Учеб. пособие. СПб.: Троицкий мост, 2013. 176 с.

2. *Нос В.А., Щербаков В.В.* Принципы рыночной экспансии инновационных торгово-посреднических структур // Инновационная деятельность. 2012. №19. С. 34-42.

3. Обзор рынка грузоперевозок в Северо-Западном регионе // Информационные ресурсы сайта компании «Град Петров» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://grdpetra.ru/obzor-ryinka-gruzoperevozok-v-severo-zapadnom-regione-rf-(2008-2011).-chast-1.html (дата обращения 11.03.2017).

4. *Парфёнов А.В., Жигулева М.А.* Логистические технологии таможенного декларирования товаров // Логистика и торговая политика: Сб. науч. тр. Вып. 1(12) / Под ред. *В.В. Щербакова, Е.А. Смирновой.* СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. С. 75-58.

5. *Парфёнов А.В., Жигулева М.А.* Технология «Сухой порт»: сущность и особенности применения в транспортной и таможенной логистике // Логистика: современные тенденции развития: Матер. XII Междунар. науч.-практ. конф. 19 апреля 2013 г. / Редколл.: *В.С. Лукинский* (отв. ред.) [и др.]. СПб.: СПбГЭУ. 2013. С. 157-161.

6. *Парфёнов А.В., Кривошеев А.Ю.* Интеграция технологий транспортной и таможенной логистики в международных цепях поставок // Управление логистическими системами: глобальное мышление – эффективные решения (Том I): Матер. междунар.науч.-практ. юбилейного X Южно-Российского логистического форума, 10-11 октября 2014 г. Ростов н/Д: Изд.-полигр. комплекс РГЭУ (РИНХ), 2014. С. 279-285.

7. *Парфёнов А.В., Морозов А.Н.* Особенности применения технологий таможенной логистики в рамках единого экономического пространства // Логистика. 2012. №4. С. 26-28.

8. *Парфёнов А.В., Павлов М.Ю.* Технология «удаленного выпуска»: сущность и особенности применения в таможенной логистике // Междунар.науч.-практ. конф. «Инновационный потенциал модернизации экономики: инструменты логистики и маркетинга» (IX Южно-Российский логистический форум 10-11 октября 2013 г). Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ «РИНХ», 2013. С. 143-146.

9. Межправительственное соглашение о «сухих портах» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.mintrans.ru/upload/iblock/dec/sogl_08112013.pdf (дата обращения 11.03.2017.).

10. *Рохлин А.А., Нос В.А.* Стратегические направления взаимодействия оператора смешанных перевозок грузов и поставщиков логистических услуг // Проблемы современной экономики. 2013. №3(47). С. 272-275.

11. *Щербаков В. В., Першин И.В.* Мультимодальные перевозки: взаимосвязь материальной логистики и транспортной инфраструктуры // Инновационный потенциал модернизации экономики: инструменты логистики и маркетинга (т. II): Матер. междунар. науч.-практ. конф. 10-11 октября 2013 г. Ростов н/Д: Издательство РГЭУ «РИНХ» 2013. С. 256-262.

12. *Щербаков В.В.* Хозяйственные связи в процессе материально-технического обеспечения: Учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1991. С. 116.

УДК 339.9

Ли Яньцзе
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК НА КИТАЙСКОМ ГАЗОВОМ РЫНКЕ

Аннотация. В статье проанализирована структура мирового энергетического баланса с обоснованием увеличения доли в нем природного газа. Представлена классификация газовой отрасли, и перспективы ее развития в Азиатско-Тихоокеанском регионе, в частности, в Китае. При анализе цепей поставок на китайском газовом рынке подробно рассмотрены современные тренды в регулировании цен на поставки внутри страны, участие Китая в международных энергетических проектах, а также перспективы развития российско-китайских отношений в вопросе газовых поставок. Сделан вывод о том, что несмотря на то, что в настоящий момент Россия не является одним из главных энергетических партнеров Китая, перспективы развития в данной области весьма велики и являются взаимовыгодными для обеих стран.

Ключевые слова: энергетический рынок, цепи поставок, российско-китайские отношения, китайский газовый рынок, международные энергетические проекты.

Li Yanjie
Saint-Petersburg State University of Economics

PECULIARITIES OF SUPPLY CHAINS FORMATION IN THE CHINESE GAS MARKET

Abstract. The article analyzes the structure of the world energy balance with the justification for increasing the share of natural gas in it. The classification of the gas industry and the prospects for its development in the Asia-Pacific region, particularly in China, are presented. While analyzing supply chains in the Chinese gas market, modern trends in the regulation of prices for domestic supplies, China's participation in international energy projects, as well as prospects for the development of Russian-Chinese relations in the matter of gas supplies are examined in detail. The conclusion is drawn that, despite the fact that at the present moment Russia is not one of China's main

© Ли Яньцзе, 2017.

energy partners, the prospects for development in this area are very large and mutually beneficial for both countries.

Keywords: energy market, supply chains, Russian-Chinese relations, Chinese gas market, international energy projects.

В настоящее время доля природного газа в структуре мирового потребления энергоносителей составляет 23,7% (по данным на 2015 год) и постоянно увеличивается ввиду следующих причин:

– высокая энергетическая эффективность природного газа (стоимость добычи природного газа значительно ниже, чем других видов топлива: добыча газа обходится в 10–15 раз дешевле, чем добыча угля, и примерно в 2 раза дешевле, чем добыча нефти) [3];

– более высокая экологичность газа по сравнению с нефтью и углем (выбросы углекислого газа почти в два раза меньше, чем при сжигании угля и в 1,3 раза меньше, чем при сжигании нефти);

– большее удобство в транспортировке и хранении газа (энергетический уголь имеет более 50–60%, коксующийся – более 30–40% транспортных затрат в цене, в нефтегазовой отрасли они составляют менее 10%);

– количество сфер применения газа выше, чем у других источников энергии.

Однако, согласно прогнозам Международного энергетического агентства (МЭА) дальнейший существенный рост доли природного газа в мировом энергобалансе возможен лишь при условии, что он станет полноправным автомобильным топливом.

Мировой газовый рынок можно условно разделить на рынок трубопроводного газа и сжиженного природного газа (СПГ), причем тенденции их развития весьма различны.

По прогнозам Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации доля СПГ в межрегиональной торговле газом увеличится с 46% в 2013 году до 50% в 2035 году, при этом импорт сжиженного природного газа будет значительно расти (на 4,4% в год), в частности в Европе и Азии. Источником роста добычи будет Ближний Восток (на данный момент лидером является Катар), а также США, Австралия и восточно-африканские страны.

Трубопроводные поставки газа будут расти гораздо медленнее. На сегодняшний день Россия является крупнейшим экспортером трубопроводного газа в мире, однако, также начинает развивать производство сжиженного природного газа. Россия, которая пока контролирует менее 5% рынка СПГ, надеется довести свою долю до 20% к 2030 г.

Таким образом, газ – это один из видов топлива будущего, спрос на который неуклонно растет во всем мире. Основными потребителями газа будут развивающиеся страны, в первую очередь, Китай. Можно выделить следующие предпосылки интенсивного развития китайского газового рынка:

– постепенный отказ китайской экономики от угля (Курс на отказ от угля взят правительством Китая по экологическим причинам. В планах КНР сократить долю угля в энергобалансе страны за 2015-2017 с 70% до 64%);

– рост численности населения Китая, в том числе за счет городского населения (урбанизация), что приводит к росту потребности населения в газе;

– бурный экономический рост и развитие промышленности;

– однородность качества природного газа и СПГ по всем источникам топлива (в отличие от угля);

– рост потребления природного газа в качестве автомобильного топлива (количество автомобилей на газовом топливе возросло с 10 тыс. в 2000 г. до 1 млн. в 2011 г.) [4];

– появление у Китая собственных парогазовых установок для выработки энергии (ранее закупались в Западной Европе). Таким образом, у КНР появился необходимый инструмент для масштабной газификации своего энергетического комплекса;

– в 2014 году в Пекине построены и введены в эксплуатацию 4 тепловые электростанции (ТЭС), работающие на природном газе.

По указанным выше причинам действующими планами экономического развития КНР предусматривается последовательное совершенствование структуры энергетического баланса страны, прежде всего за счет сокращения доли угля и повышения доли природного газа (к 2020 г. до 8–10%).

Цепи поставок природного газа в Китае имеют смешанную структуру.

Во-первых, широко развиты поставки внутри страны. Стимулом для развития газового потребления стал открытый в 2004 г. местный газопровод «Запад-Восток», обеспечивающий поставками газа Южный и Восточный Китай.

В структуре газового производства Китая отсутствует, например, сланцевый газ, поскольку для извлечения газа из сланцевых пород путем гидроразрыва пластов необходимо большое количество воды, а КНР испытывает проблемы с качеством собственных водных ресурсов ввиду их загрязненности.

Отрасли трубопроводного газа и СПГ в Китае развиваются быстрыми темпами. В 2015 году поставки газа по трубам в Китай выросли на 26,54%, закупки сжиженного природного газа увеличились на 3,21%.

Для перекачки газа применяется тариф, зависящий от расстояния и от категории потребителей газа. Для местных газопроводов до последнего времени он был достаточно низким, но в апреле 2010 года был увеличен в два-три раза в зависимости от расстояния. Для магистральных газопроводов тариф устанавливается специальными постановлениями правительства и представляет собой двухставочную тарифную систему, включающую тарифы за резервирование мощностей и за фактические объемы перекачки.

Во-вторых, цены на природный газ, импортируемый из Средней Азии, временно устанавливаются на уровне цен на газ, добываемый в Китае, что вызывало существенные финансовые потери китайской импортирующей компании «PetroChina», поэтому в 2014 году китайское правительство выпустило постановление, согласно которому импортерам частично возмещаются налоги на импорт и НДС, уплаченные при ввозе природного газа в Китай.

В целом, важное место в системе ценообразования на газ в КНР в последние годы стали занимать цены импортируемого и экспортируемого газа. Цены на трубопроводный природный газ в Китае регулируются государством. Исто-

рически в большинстве провинций они устанавливаются по принципу «издержки плюс», при котором цена для производителей оказывается лишь незначительно выше производственных издержек. В то же время в качестве эксперимента в некоторых провинциях используется механизм определения цены «нетбэк»: цена на трубопроводный газ устанавливается на основе средневзвешенной цены на мазут и сжиженный нефтяной газ, скорректированной с учетом издержек транспортировки до провинции и покупательной способности местного населения. Данный ценовой эксперимент был оценен как удачный, поэтому, как ожидается, уже в ближайшие годы он будет постепенно вводиться и в других провинциях страны.

Новая система ценообразования будет иметь целый ряд значимых последствий:

– цены на импортируемый СПГ государством не регулируются и, как правило, они значительно превышают уровень внутренних цен на газ. То есть ценовая реформа задумана таким образом, чтобы цена на трубопроводный газ была ниже цены на СПГ, что может привести к некоторому снижению китайских импортных цен;

– привязка к международным ценам означает, что цена для китайских производителей газа значительно увеличится, что повысит рентабельность производства газа в Китае (которая до недавних пор была очень низкой), а соответственно увеличит его производство и уменьшит потребности в импорте;

– новая система ценообразования создаст стимулы для увеличения импорта газа по трубопроводам, в том числе из России.

До 2006 г. Китай самостоятельно обеспечивал потребление газа, поэтому импорт только начинает развиваться. Импорт СПГ осуществляется, в основном, из Австралии, Индонезии, Малайзии и Катара. Трубопроводный газ импортируется, в основном из Туркменистана и Бирмы.

В то же время Китай принимает участие в нескольких международных энергетических проектах. Во-первых, путем осуществления прямых инвестиций в инфраструктурные проекты богатых ресурсами африканских стран (например, Нигерии). Во-вторых, путем финансирования проектов по развитию альтернативной энергетики (например, в ЮАР). В-третьих, Китай реализует совместные проекты в области добычи и переработки газа, в частности, с такими странами как Иран и Индия.

Несмотря на безусловную перспективность китайского энергетического рынка, на данный момент Россия не является одним из главных энергетических партнеров Китая. Тем не менее, по прогнозам Министерства энергетики Российской Федерации, экспорт энергоресурсов в КНР должен вырасти с 40 млн.т.у.т. в 2015 года до 90 млн.т.у.т. в 2025 году.

Соглашение о стратегическом сотрудничестве между ОАО «Газпром» и CNPC (China National Petroleum Corporation – Китайской Национальной Нефтегазовой Корпорацией) было подписано 14 октября 2004 года. Соглашение предусматривает широкий спектр направлений сотрудничества, в том числе проработку вопросов, связанных с организацией «Газпромом» поставок природного газа из России в Китай, а также возможности реализации совместных проектов

в области газопереработки и газохимии в восточных регионах России. 22 марта 2013 в Москве председатель правления ОАО «Газпром» Алексей Миллер и президент CNPC Чжоу Цзипин подписали меморандум о взаимопонимании в области сотрудничества между двумя компаниями по проекту трубопроводных поставок природного газа в Китай по «восточному» маршруту. Данный меморандум предполагает два маршрута поставок российского газа в Китай: Восточный – газопровод «Сила Сибири» (строительство которого было начато в 2013 году и планируется к окончанию в 2017 году) и Западный – газопровод «Алтай» (проектируется). Причем для Китая более предпочтительным является первый вариант, так как он свяжет российские месторождения газа непосредственно с промышленно развитыми регионами северо-востока Китая.

Помимо «Газпрома» среди других российских нефтегазовых компаний, сотрудничающих с Китаем, можно выделить «НОВАТЭК» (которая подписала с CNPC договор на поставку 3 млн тонн сжиженного природного газа в год в течение 20 лет с проекта «Ямал СПГ»).

Вывод. Китайский энергетический рынок является самым динамично развивающимся в мире . Значительное ухудшение состояния окружающей среды , рост дефицита энергоресурсов, необходимость совершенствования структуры энергетического баланса и диверсификации источников энергии предопределяют усиление тенденции роста доли газа в потреблении энергии в стране. Осуществляемая в настоящий момент газовая ценовая реформа создает стимулы для развития импортных трубопроводных проектов, что делает организацию поставок природного газа из России одним из наиболее приоритетных проектов китайской экономики. Развитие уже ведущихся проектов («Сила Сибири», «Алтай») по обеспечению трансграничной инфраструктуры и логистики позволит значительно увеличить товарооборот между Россией и Китаем.

Список литературы

1. *Кузнецов М.И., Конников Е.А., Метелев П.С.* Современный образ российской энергетики в средствах массовой информации. В сборнике: Экономическая наука и практика // Материалы IV Международной научной конференции. Серия «Молодой ученый». 2016. С. 21-24.

2. *Ценина Е.В., Ценина Т.Т.* Организация и регулирование внешнеторговой деятельности: Учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. 230 с.

3. *Andrews-Speed P.* China’s Long Road to a Low-Carbon Economy: An Institutional Analysis // Transatlantic Academy, 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.transatlanticacademy.org/sites/default/files/publications/AndrewsSpeed_China'sLongRoad_May12_web.pdf (дата обращения 04.03.2017).

4. *Chen S., Santos-Paulino A.U.* Energy consumption restricted productivity re-estimates and industrial sustainability analysis in post-reform China // Energy Policy, 2012.

УДК 658.788

Липатова Ольга Николаевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ИНТЕГРАЦИЯ ТРАНСПОРТНЫХ И СКЛАДСКИХ СИСТЕМ В РАМКАХ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье рассмотрены понятие и элементы транспортной и складской систем. Дано определение транспортно-складской системы. Исследованы вопросы необходимости интеграции транспортной и складской систем.

Ключевые слова: транспортная система, складская система, транспортно-складская система, интеграция, элементы транспортных и складских систем.

Lipatova Olga, N.
Saint-Petersburg State University of Economics

INTEGRATION OF TRANSPORT AND STORAGE SYSTEMS WITHIN THE LOGISTICS ACTIVITIES

Abstract. The article examines the concept and elements of transport and warehouse systems. The definition of transport and storage system. The article focuses on the need to integrate transport and warehouse systems.

Keywords: transportation system, warehousing system, transportation and warehousing, system integration, elements of transport and warehouse systems.

Система (от греч. systema – целое, состоящее из частей, соединение) – совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов, образующих единое целое, действующих во имя общей цели.

Транспортная система представляет собой комплекс различных видов транспорта, находящихся во взаимодействии при выполнении перевозок, инфраструктуры и управления. Термин «транспортная система» употребляется применительно к государству, региону или крупному городу. В состав транспортной системы входят следующие виды транспорта: железнодорожный (рельсовый); морской; речной (внутренний водный); автомобильный; воздушный; трубопроводный (включающий нефтепроводы, продуктопроводы для перекачки в основном продуктов нефтепереработки и газопроводы).

Элементами транспортной системы являются также: городской транспорт, представляющий собой комплекс разных видов транспорта (метрополитен, трамвай, троллейбус, автобус и другие), функционирующих обособленно в различных городах; промышленный (производственный) транспорт, к которому относятся все виды транспорта, обслуживающего непосредственно внутренние нужды собственно промышленных, сельскохозяйственных, строительных, торговых и других предприятий и организаций. Также к транспортной системе относятся транспортные узлы и транспортные коридоры.

© Липатова О.Н., 2017.

Транспортный коридор представляет собой постоянное направление транспортировок грузов с большими объемами перевозок. В зависимости от целей создания ТК, уровня взаимодействия заинтересованных в его создании сторон и характера регулирования транспортной, торговой и экономической деятельности транспортный коридор может быть транзитным (transit corridor), торговым (trade corridor) или развивающим (development corridor).

Основная цель создания транзитного коридора – обеспечение условий для беспрепятственного и экономически эффективного движения транспортных средств на определенном направлении. При этом решаются, главным образом, транспортно-технологические задачи, связанные с сооружением и модернизацией путей сообщения, терминалов, информационных систем и т.н.

Существует классификация транзитных коридоров, согласно которой они подразделяются на три типа: лэндбридж (landbridge) – сухопутное соединение порта, куда груз доставляется морем, с портом на противоположном побережье континента, откуда морская перевозка продолжается; минибридж (minibridge) – сухопутное соединение порта, куда груз доставляется морем, с пунктом назначения па противоположном побережье континента; микробридж (microbridge) – сухопутное соединение порта, куда груз доставляется морем, с пунктом назначения в глубине континента.

Транспортные коридоры можно классифицировать по большому количеству признаков:

– по количеству пересекаемых стран: внутренний и международный;

– по пересекаемым континентам: внутриконтинентальный, трансконтинентальный;

– по количеству участвующих видов транспорта: одномодальный, мультимодальный;

– по транспортируемым грузам: универсальный, специализированный;

– по объемам перевозок грузов: до 1 млн т/год, от 1 до 10 млн т/год, от 10 до 50 млн т/год, свыше 50 млн т/год.

Таблица 1

Характеристика европейских транспортных коридоров

№ коридора	Маршрут	Протяженность, км
1	Хельсинки – Таллинн – Рига – Варшава	1000
2	Берлин – Брест – Минск – Москва	1830
3	Лейпциг – Краков – Львов – Киев	1640
4	Нюрнберг – Прага – Братислава – София – Стамбул	3285
5	Вена – Ужгород – Львов – Киев	1595
6	Катовица – Варшава – Гданьск	1540
7	Река Дунай (Германия – Австрия – Словакия – Венгрия – Румыния – Болгария – Молдова)	1600
8	Дуррес – Тирана – София – Варна	905
9	Хельсинки – Санкт-Петербург – Москва (Псков) – Киев – Бухарест – Одесса	3400

Транспортный узел – это пункт стыковки двух или более видов транспорта, технологическое взаимодействие которых обеспечивается соответствующим комплексом устройств и средств. Транспортный узел рассматривается как сложная система, в которой происходит совместная работа разных видов транспорта при различной технологии каждого из них, разном комплексе транспортных средств и устройств для переработки подвижного состава и грузов.

Таблица 2

Структура грузооборота по видам транспорта

	2004		2006		2014	
	млрд т/км	%	млрд т/км	%	млрд т/км	%
Транспорт всего	4371	100,00	4801	100,00	5077	100,00
трубопроводный	2413	55,20	2499	52,05	2423	47,70
железнодорожный	1802	41,23	1951	40,64	2299	45,28
морской	47	1,08	62	1,29	36	0,72
внутренний водный	78	1,78	87	1,81	68	1,34
автомобильный	28	0,64	199	4,15	246	4,85
воздушный	3	0,07	2,9	0,06	5,2	0,11

Система складирования – это совокупность элементов, обеспечивающих формирование, продвижение, преобразование материального потока на складе и управление им. Система складирования включает три складские подсистемы (элементы): технико-технологическую, функциональную, а также комплекс обслуживающих систем. В свою очередь, указанные подсистемы разбиваются на следующие модули:

1. Вид и размер товароносителя (грузовая складская единица).
2. Вид складирования.
3. Подъемно-транспортное оборудование для обслуживания склада.
4. Технология комплектации (комиссионирования) заказов.
5. Управление перемещением груза.
6. Система обработки информации.
7. Здание (сооружение) склада с его параметрами.

Современный крупный склад тарных и штучных грузов представляет собой сложное техническое сооружение, которое состоит из множества различных подсистем (комплекс зданий, совокупность перерабатываемых грузов, система информационного обеспечения и т.д.) и элементов, имеющих определенную структуру, объединенную для выполнения конкретных функций по преобразованию материальных потоков.

Взаимодействие склада с внешней средой осуществляется через входящие и выходящие потоки: материальные, финансовые и информационные.

Склады и транспорт представляют собой смежные звенья логистических цепей, по которым продвигаются материальные ресурсы. Поэтому складские и транспортные звенья в местах их стыкования требуют взаимодействия и коор-

динации как в технологическом, так и в техническом аспектах. Необходимо согласование таких параметров, как величина грузопотока, поступающего на склад, и способность склада принять и переработать этот грузопоток в заданные сроки; объемы вывоза груза со склада и способность транспорта своевременно обеспечить этот вывоз.

Транспортно-складскую систему можно определить как совокупность взаимосвязанных элементов транспортной и складской систем.

Каждый из элементов складской и транспортных систем характеризуются определенными параметрами, которые можно разделить на три группы: пространственные, функциональные и экономические. Взаимодействие пространственных параметров транспортной и складской систем выражается во взаимной наиболее рациональной компоновке транспортных и складских сооружений и устройств (на производственном уровне) и расположении складов и промышленных районах и транспортных узлах (на региональном и локальном уровнях рассмотрения проблем). В функциональном отношении наиболее существенным фактором взаимодействия транспорта и складов является передача грузопотоков с транспорта на склады и со складов на транспорт, и связанные с этим процессом процедуры формирования информационных потоков. Потоки информации, можно разделить на два вида: информация, связанная с приемом и выдачей грузов во внешние транспортные системы и информация, необходимая для управления внутрискладской переработки грузов. На материальном уровне непосредственно с работой внешнего транспорта связаны только погрузочный и разгрузочный участки склада. Однако перерабатываемый грузопоток передается с одних участков на другие и сопровождается информационными потоками, поэтому погрузочные и разгрузочные участки, как «внешние» зоны складской системы, воздействие внешней среды передается на все внутренние зоны склада. Влияние внешнего грузопотока прибытия грузов сказывается на работе склада по всем технологическим зонам и внутрискладским перемещениям, начиная от зоны разгрузки транспорта до зоны основного складирования грузов. Материальный поток как грузопоток, входящий на склад, переработанный на складе и выходящий со склада, характеризуется целым рядом параметров: – характером грузовой единицы: тип грузовой единицы, ее размеры, масса, вид и характер упаковки или тары, приспособленность к перевалкам, разновидность внешнего товароносителя (вид и размеры поддона, контейнера) и т.п. – количественными характеристиками (грузопотоков) партий входящих и выходящих грузов (количество грузовых мест в партии приемки и отправки): число разновидностей грузовых мест товара; – интенсивностью грузопотока, определяемой частотой, сроками и ритмичностью поставок, позволяющих характеризовать скорость поступления груза на склад и отправки со склада. В экономическом отношении взаимодействие транспорта и склада определяется достижением минимальных логистических издержек (на тонну груза или грузовой единицы), связанных с доставкой и складской переработкой груза.

Список литературы

1. *Дмитриев А.В., Букринская Э.М., Липатова О.Н.* Современные транспортно-складские системы: Учеб. пособие. СПб., 2015.

УДК 339.5

Лю Дан
У Цзин
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ КНР

Аннотация. Рассмотрено развитие китайско-российских отношений в рамках программы «Один пояс и один путь». Приведены основные субъектные регионы «экономического коридора Шелкового пути». Рассмотрено состояние логистической инфраструктуры Китая.

Ключевые слова: логистика, международное сотрудничество, экономический коридор Шелкового пути, международная торговля.

Liu Dan
U Czin
Saint-Petersburg State University of Economics

LOGISTICS POTENTIAL INTERNATIONAL TRADE CHINA

Abstract. Reviewed the development of Sino-Russian relations in the framework of «One belt and one road». The main subject regions «economic corridor silk road.» The state of the logistics infrastructure of China.

Keywords: logistics, international cooperation, economic corridor of the silk road, international trade, logistics infrastructure.

На современном этапе международное сотрудничество стало одной из наиболее важных форм развития российско-китайских отношений. Такие страны как Россия и Китай являются достаточно крупными в мировом масштабе и соседями с точки зрения экономической географической среды. Также как и в Китае России наблюдается рост интереса к межрегиональному и приграничному сотрудничеству, в связи с этим обе страны прилагают огромные усилия для формирования и развития отношений стратегического характера.

Одной из форм приграничного и межрегионального сотрудничества является создание зон сотрудничества между приграничными районами России и Китая. Комплексные беспошлинные зоны, зоны приграничного технико-экономического сотрудничества, российско-китайские зоны трансграничного сотрудничества и другие зоны сотрудничества на границе России и Китая представляют собой уникальный опыт для развития российско-китайского межрегионального и приграничного сотрудничества. Создание комплексных беспошлинных зон в пяти важных китайских портах (Суйфэньхэ, Дуннин, Фуюань, Хэйхэ, Маньчжурия) способствовало бы развитию торговой и инвестиционной политики, что в свою очередь привело бы к улучшению условий приграничной торговли и инвестиционной среды для развития логистической инфраструктуры [1].

© Лю Дан, У Цзин, 2017.

В этой связи разработка стратегических направлений развития российско-китайских торговых отношений является весьма актуальной и позволяет раскрыть перспективы укрепления сотрудничества России и Китая в сфере внешней торговли в рамках программы «Один пояс и один путь».

Лидер КНР поясняет важность программы «Один пояс и один путь», «экономический коридор» которого начинается с Китая, и с географического положения данный коридор делится на пять субъектных регионов:

1) первый регион – пять стран в Центральной Азии, а именно Казахстан, Киргизстан, Таджикистан, Узбекистан и Туркменистан. Эти страны соприкасаются с западной границей Китая, имеют сухопутные пути сообщения друг с другом, население и расположение народов отличается межнациональным характером. Этот регион также поддерживает самые тесные экономические связи с Китаем, он является важным поставщиком энергетических и природных ресурсов для Китая, а также главным рынком для инвестиций и продажи китайских товаров. Страны Центральной Азии, в свою очередь, высоко ценят сотрудничество с Китаем, надеясь на развитие местной экономики через сотрудничество с Китаем. Китай имеет достаточный потенциал развивать двухстороннее и многостороннее сотрудничество и полностью раскрыть взаимодополняющие преимущества в экономике пяти стран и Китая;

2) второй – Иран, Ирак, Иордания, Сирия, Саудовская Аравия, Турция и другие страны в Западной Азии. Эти страны главным образом опираются на производство и экспорт нефтегазовых ресурсов и отличаются относительно развитым энергетическим сектором экономики. Однако им предстоит задача перехода от односторонней структуры экономики. Эти страны надеются развивать другие отрасли и сельское хозяйство посредствам сотрудничества с Китаем, поэтому этот регион является потенциальным рынком продажи китайских товаров и идеальным местом для индустриального перемещения;

3) третий – Азербайджан, Грузия, Армения на Кавказе и Украина, Беларусь, Молдова в Восточной Европе. Эти страны расположены около границы Европы и Азии, у них развитая, но относительно односторонняя структура экономики. Они склоняются к экономической интеграции с ЕС, и сотрудничество с Восточной и Западной Азией для них пока находится на второстепенном месте, в будущем они могут повысить статус восточной дипломатии и сотрудничества с Востоком, чтобы получать выгоды и с Запада, и с Востока;

4) четвертый регион – Россия. Россия частично расположена на Шелковом пути, она также является составляющей частью данного экономического коридора. Однако Россия сама является самостоятельным региональным центром, и к тому же имеет тесные связи с Центральной Азией, Кавказом и Западной Азией, где имеет особое влияние. Для строительства «экономического коридора» необходимо учитывать фактор России информировать естественную стыковку со стратегией России в Евразийском экономическом союзе и ее стратегии в Центральной и Западной Азии;

5) и пятый регион – это Афганистан, Пакистан и Индия. Отношения этих трех стран с центральной зоной «экономического коридора», а именно центрально азиатским регионом и их будущее развитие, главным образом, зависит

от разрешения проблемы в Афганистане. Если в Афганистане успешно будет продвигаться мирный процесс, то повысятся темпы экономического сотрудничества трех стран с Центральной Азией, иначе отношения между ними могут надолго попасть в не лучшее положение, и будет достаточно трудно присоединиться к строительству данного «экономического коридора» [4].

Логистический потенциал Китая и России на современном этапе их сотрудничества еще остается на низком уровне. По результатам исследования ученых из Южно-Калифорнийского университета транспортно-логистическая инфраструктура России у стран-членов АТЭС (Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество) числится в ранге последнего по уровню развития. Исследования также показывают, что в основном временные задержки, расходы на транспорт и логистику поставок имеют повышенный риск, эффективность логистики в России составляет 63,8%.

Так, например, для осуществления российских экспортно-импортных операций (оформление грузов, оформление договора, время приготовления и т.д.) составляет 25 дней, в среднем стоимость 200 долларов США, в Сингапуре такую же операцию можно совершить всего за один день, стоимость составит 105 долларов США. В России таможенное оформление товаров осуществляется в течение 3-4 дней, расходы по таможенному оформлению составляют 500 долларов США, в том числе для организаций всех государств – членов сотрудничества, в Сингапуре осуществляется один день, стоимостью 31 доллар США. В российских портах для совершения грузоподъемных операций необходимо до 3 дней, цена при этом составит 250 долларов США, опять же в Сингапуре всего за один день стоимость составит 180 долларов США. Исследование показывает, что импорт товаров из развитых стран Азиатско-Тихоокеанского региона занимает в среднем 2 дня, в то время как в развивающихся странах для этого нужно 4 дня [2].

Для Китая также не исключение, что логистическая инфраструктура и ее развитие играет большую роль в экономике страны. Однако, несмотря на то, что логистика в Китае признана одной из наиболее перспективных направлений развития и инвестиционной привлекательности, логистический рынок находится в упадке и отстает от мировых стандартов и технологий, в том числе и транспортная инфраструктура, остающаяся на низком уровне. Но стоит отметить, что в отличие от России динамика роста транспортно-логистических услуг в Китае удивляет. С выходом на мировую торговую площадку растет и внешняя торговля Китая, и внутреннее потребление, в связи с чем наблюдается и расширение производства в Китае, который ведет к интенсивному вывозу готовой продукции на мировые рынки [3].

Список литературы

1. *Смирнова Е.А.* Управление глобальными цепями поставок: торгово-экономический подход. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. 162 с.

2. *Парфёнов А.В., Шаповалова И.М.* Таможенно-тарифное регулирование в международной торговле: Учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. 143 с.

3. *Молонова А.В.* Перспективы развития таможенно-логистической инфраструктуры в рамках единого экономического пространства / Логистика: современные тенденции разви-

тия. Матер. XIV Междунар. науч.-практ. конф.. СПб.: ГУМРФ им. Адмирала С.О. Макарова, 2015. С. 247-249.

4. «Где именно проходит «экономический коридор Шелкового пути?» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://russian.china.org.cn/business/txt/2013-10/24/content_30273750.htm (дата обращения 27.02.2017).

УДК 658.7

Мороз Вадим Николаевич
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ В ИННОВАЦИОННОМ КЛАСТЕРЕ

Аннотация: в статье рассматриваются основные направления информационной логистики применительно к инновационному кластеру. Особое внимание уделяется перспективам создания информационно-логистического центра, управляющего информационными логистическими потоками между участниками.

Ключевые слова: инновационный кластер, информационная логистика, информационные потоки, цепь поставок, информационно-логистический центр.

Moroz Vadim, N.
Saint-Petersburg State University of Economics

FEATURES OF FUNCTIONING OF INFORMATION LOGISTIC FLOWS IN THE INNOVATION CLUSTER

Abstract. The article focuses its attention upon the main directions of information logistics applied to the innovation cluster. The special attention is given to the creation of the information logistic centre, which manage information logistic flows between members.

Keywords: innovation cluster, information logistics, information flows, supply chain, information logistic centre.

В современной экономике имеется тенденция к активному развитию взаимодействия между предприятиями, интеграции их деятельности и объединения материальных и нематериальных ресурсов для реализации общей цели и совместного решения задач. Одной из наиболее перспективных форм подобного взаимодействия является кластер. Понятие «кластер» впервые ввел в экономическую науку профессор Гарвардской школы бизнеса М. Портер. По его определению, кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих

© Мороз В.Н., 2017.

друг друга [3. С. 258]. Кластер он рассматривает как фактор роста конкурентоспособности как входящих в его состав организаций, так и экономики региона [3. С. 255-257].Современная трактовка указанному понятию была дана рядом российских исследователей. Например, В.Ю. Антонова, в соответствии с определением, данным М. Портером, выделяет три наиболее важных аспекта кластера: первое, компании, входящие в кластер, объединены единым родственным сектором; второе, кластеры объединяют географически близкие взаимосвязанные организации, что способствует возникновению преимуществ, формированию высоких результатов функционирования сети; третье, общность производимой продукции [1. С. 7]. О.Д. Коль определяет кластер как комплекс территориально локализованных и взаимосвязанных предпринимательских структур различных отраслей хозяйства крупного города, деятельность которых направлена на создание условий для духовных и эмоциональных переживаний потребителя туристских услуг, и повышение конкурентоспособности города на отечественном и международном туристских рынках [2]. Исходя из представленных выше определений, можно заключить, что кластер представляет собой объединение находящихся в географической близости организаций, относящихся к одной отрасли либо к смежным отраслям, вокруг центральной организации именуемой ядром, действующее на муниципальном либо региональном уровне и основанное на общности целей, задач, интересов, ресурсов, результатов деятельности и производимой конечной продукции, направленное на рост конкурентоспособности как участвующих организаций (или участников), так и городской или региональной экономики в целом.

Инновационным кластером называется кластер, основной целью взаимодействия предприятий в рамках которого является реализация совместных инновационных проектов. Для успешного достижения этой цели необходим, прежде всего, интенсивный обмен информацией. Важность данного обмена обуславливается также тем фактом, что в условиях зарождающегося в настоящее время шестого технологического уклада информация становится главным ресурсом деятельности организаций. Однако обозначенный обмен требует активного использования информационной логистики и формирования высокоэффективной системы информационных потоков. В настоящей статье мы основываемся на интерпретации понятий «информационная логистика» и «информационный поток», предложенной В.В. Щербаковым, А.В. Мерзляк, Е.О. Коскур-оглы. Информационную логистику указанные исследователи определяют как «научное направление и практические методы управления сопутствующими и самостоятельными информационными системами на принципах 7П/7R в соответствии с задачами логистической системы» [4. С. 112].При этом, под 7П/7R они подразумевают совокупность основных правил логистики, состоящую из 7 правил: необходимый объект, необходимого качества, в необходимом количестве предоставлен конкретному потребителю – в нужное время, в нужном месте и с минимальными затратами [4. С. 15]. Вместе с тем, в трактовке понятия «информационная логистика» В.В. Щербаков, А.В. Мерзляк, Е.О. Коскур-оглы выделяют два взаимодополняющих подхода – информационный подход к логистике (управление информационной составляющей логистических потоков) и

логистический подход к информации (применение 7П/7R логистики к информационному потоку). На основе положений в отношении информационной логистики, выдвинутых данными исследователями, можно утверждать, что информационная логистика имеет две основных составляющих: управление собственно информационными потоками, например, знаниями, технологиями и т.д. и управление информацией, сопровождающей материальные потоки (например, процессы доставки товаров) и цепи поставок.

В инновационном кластере крайне важны оба направления информационной логистики, поскольку, с одной стороны, достижение цели совместно реализуемого инновационного проекта требует активного обмена взаимодополняющими знаниями и технологиями участников, их совместного аккумулирования и интегрирования, что создаст благоприятные условия для непрерывного генерирования новых знаний и интеллектуального капитала, имеющего особое значение в современных условиях интенсивного научно-технического развития, обуславливающего быстрое моральное устаревание технологий, с другой, поскольку инновационная деятельность связана с повышенной неопределенностью и риском и имеет различные виды рисков, для их минимизации инновационному кластеру необходимо надежное функционирование цепи поставок. Систему обмена информацией, относящейся к знаниям, технологиям, технологическим решениям и т.д., мы представляем следующим образом. Организации, обладающие знаниями и технологиями, не имеющимися у других участников кластера, передают их последним, получая от них взамен от них те, которые отсутствуют у них самих. Для повышения эффективности этого обмена, целесообразно также создание специальной службы обмена знаниями и технологиями, состоящей из специалистов всех участвующих организаций, аккумулирующей, перерабатывающей и интегрирующей поступающие ей знания и технологии от каждой из них, с последующим распространением по всему кластеру.

Кроме того, для успешного функционирования инновационного кластера необходима высокоэффективная система обмена информацией, касающейся цепи поставок. Здесь представляет интерес подход, предложенный китайскими исследователями Ван Хуй-минь, ЧэньЧжи-сун и Чэнь Юнь-фэй. Указанные исследователи предлагают с этой целью создание информационного центра, деятельность которого охватывает цепь поставок как единую систему, основной задачей которого будет обеспечение в рамках данной системы общедоступности информации, относящейся к каждой вовлеченной в цепь компании, включая информацию структурных подразделений. В этот центр предполагается поступление по всем каналам всех видов логистической информации, касающейся поставок, потребностей клиентов, объема складских запасов, стоимости и т.д., в качестве его основных функций данные исследователи выделяют передачу и интегрирование информации, а также проведение вторичного вертикального обмена с участвующими сторонами информацией, взаимно распространяемой между ними. Необходимость в подобном центре они обосновывают тем фактом, что после выхода информации из надежного источника появляются шумы, вследствие чего имеет место искажение информации, и достоверная, но давно полученная информация может уже не соответствовать действительности. При функционировании информа-

ционного центра адресаты, по их словам [5. P. 36], всегда будут получать точную информацию, поскольку центр в этом случае будет иметь возможность производить фундаментальную коррекцию информации, ранее поступившей предприятиям-участникам, и повторно выдавать им подлинную информацию. Таким образом, наличие данного центра в цепи поставок способно, на их взгляд [5. P. 36], максимально повысить достоверность передаваемой информации. В то же время, как отмечают Ван Хуй-минь, ЧэньЧжи-сун и Чэнь Юнь-фэй [5. P. 36], в рамках информационного центра необходимо иметь эффективно работающий клиентский колл-центр, принимающий замечания и предложения клиентов, с наличием информационной обратной связи в каждом из звеньев цепи поставок, благодаря чему в целом по данной цепи создается возможность оперативного анализа потребностей и пожеланий клиентов.

Создание информационного центра, обеспечивающего цепь поставок, совместно с клиентским колл-центром в его составе, в рамках инновационного кластера может рассматриваться как существенный фактор снижения экономических, технических и операционных рисков, сопутствующих совместной реализации инновационного проекта. Постоянный взаимный обмен информацией с оптовыми компаниями и розничными предприятиями, непосредственно контактирующими с клиентами, со стороны производителей и самого информационного центра, позволит более детально изучить потребности клиентов и уже на начальных стадиях инновационного процесса предусмотреть характеристики конечной продукции, наиболее востребованные среди них. Перманентная взаимная передача информации о складских запасах между участниками цепи поставок, а также создание и функционирование колл-центра существенно повысят качество обслуживания клиентов, за счет создания возможности оперативной доставки нужного им товара, четкого обозначения сроков выполнения заказов, точного информирования их о наличии товара на складе и поступлении его в место продажи, а также гибкого реагирования на изменение их предпочтений, что будет содействовать формированию у них доверительного отношения к фирме-производителю и ее продукции. Вышеизложенные обстоятельства будут способствовать минимизации риска нереализованности инновационного продукта на рынке, совместно изготовляемого участниками инновационного кластера и, как следствие, риска неокупаемости финансовых вложений в проект по созданию и внедрению новшества, имеющий целью производство этого продукта. Наличие обратной связи и взаимных информационных потоков между поставщиком необходимого оборудования и производителем конечной продукции позволит максимально снизить технические риски, возникающие на различных стадиях инновационного процесса, благодаря получению четкой информации о технических свойствах этого оборудования и организации его обслуживания специалистами предприятия-поставщика. Деятельность центра по коррекции информации, передаваемой друг другу предприятиями – участниками кластера в значительной мере сократит операционные риски, связанные с действием человеческого фактора, обусловленные неточностью полученной информации. Таким образом, можно говорить, что создание в инновационном кластере информационного центра, проводящего информационное обеспечение

цепи поставок вместе с клиентским колл-центром в его рамках, способно стать важным инструментом минимизации рисков, касающихся совместно осуществляемой инновационной деятельности.

Для обеспечения наиболее эффективного функционирования информационной логистики в инновационном кластере, целесообразно, с нашей точки зрения, создание информационно-логистического центра, состоящего из специалистов всех организаций-участников, параллельно реализующего оба направления данного вида логистики и координирующего как обмен знаниями и технологиями, так и обмен информацией, относящейся к цепи поставок между ними. В общих чертах, деятельность обозначенного центра может быть представлена следующим образом. Внутри центра создается служба управления информацией по цепи поставок, регулирующая деятельность сформированного в ее рамках клиентского колл-центра, в обязанности которого входит прием заказов от клиентов, регистрация их запросов и составление соответствующей базы данных с предоставлением информации из нее всем участникам, задействованным в указанной цепи, производящая оценку и коррекцию всей логистической информации о наличии товаров на складе, способах доставки, сроках выполнения заказов на поставки и т.д. в каждом из звеньев цепи: от поставщика необходимого оборудования, используемого предприятиями – изготовителями инновационного продукта до розничного предприятия, осуществляющего продажу последнего конечному потребителю. Параллельно формируется и функционирует служба обмена знаниями и технологиями, проводящая, как было упомянуто ранее, аккумулирование, интегрирование и распространение знаний и технологий каждого из участников по всему кластеру. Указанные службы взаимодействуют и взаимно обмениваются информацией между собой.

Создание предложенного информационно-логистического центра в инновационном кластере позволит, по нашему мнению, выстроить наиболее эффективную систему управления информационными логистическими потоками в рамках данного кластера, интегрировать информационные ресурсы, и, благодаря этому, в существенной мере повысить эффективность его деятельности.

Список литературы

1. *Антонова В.Ю.* Стратегические аспекты формирования инновационного кластера для развития монопродуктового рынка. М.: МГИИТ, 2014. 176 с.

2. *Коль О.Д.* Концептуальные основы формирования кластера туристских предпринимательских структур по въездному туризму в крупном городе // Проблемы современной экономики. 2010. №1(33) [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3043 (дата обращения: 12.03.2017).

3. *Портер М.* Конкуренция. М.: Изд. дом «Вильямс», 2005. 608 с.

4. *Щербаков В.В., Мерзляк А.В. Коскур-оглы Е.О.* Автоматизация бизнес-процессов в логистике. СПб.: Питер, 2016. 464 с.

5. *Wang Hui-min, Chen Zhi-song, Chen Jun-fei.* On Information Entropy of Inventory System in Supply Chain // Industrial Engineering Journal. 2007. Vol. 10. №6. P. 32-37.

УДК 658.7

Мясникова Людмила Анатольевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ЛОГИСТИКА АДДИТИВНЫХ ПРОИЗВОДСТВ

Аннотация. Новые технологии производства требуют новых подходов к организации логистики. В статье проводится сравнение субтрактивных и аддитивных производств. Показаны особенности логистики в условиях аддитивных производств.

Ключевые слова: глобализация, реиндустриализация, субтрактивное производство, аддитивное производство, индивидуализация, ресурсосбережение, логистика.

Myasnikova Lyudmila, A.
Saint Petersburg State University of Economics

LOGISTICS OF ADDITIVE PRODUCTION

Abstract. New production technologies require new approaches to the organization of logistics. The article compares subtractive and additive production. Features of logistics in the conditions of additive manufactures are shown.

Keywords: globalization, reindustrialization, subtractive manufacturing, additive manufacturing, customization, resource saving, logistics.

С деиндустриализацией экономики столкнулись все развитые страны мира. Глобализация мировой экономики позволила перевести производства в страны третьего мира, обеспечив на том этапе экономию на использовании сырьевых, трудовых и экологических ресурсов. Простая идея о том, что промышленная продукция значительно дешевле может быть произведена в других местах, дала в конечном итоге плачевный результат. В настоящее время деиндустриализация Западной Европы достигла невиданных размеров и лидером этого процесса выступила Великобритания. «Мастерская мира» потеряла за последние 30 лет более двух третей своего промышленного производства [3]. Экономическая модернизация привела к промышленной деградации. Промышленность Германии и Франции находятся в несколько лучшем положении, эти страны сохранили свои основные промышленные бренды и производственные цепочки.

Европа, возрождая промышленный потенциал и разрабатывая стратегии реиндустриализации, должна ориентироваться на конкуренцию не только с Китаем, Индией и Бразилией, но и США, которые тоже взяли курс на восстановление промышленности. При этом Соединенные Штаты имеют значительные преимущества в стоимости трудовых ресурсов и электроэнергии.

Противоречие текущего момента заключается в том, что возрождение европейской промышленности возможно только на базе ее модернизации с ориентацией на высокотехнологичные секторы, а промышленный профиль современной Европы представлен прежде всего металлообработкой и пищевой про-

© Мясникова Л.А., 2017.

мышленностью. Одним из путей решения этой комплексной задачи является развитие аддитивных технологий.

Металлообработка является традиционным для индустриальной эпохи производственным процессом, при котором изделие или деталь производится в результате удаления лишнего материала (так называемые вычитающие технологии). Примером так называемого «субтрактивного производства» (от лат. substratio – отнимание) является механическая металлообработка (фрезеровка, резка, сверление, опиловка, точение и т.д.).

Аддитивное производство (от лат. additio – прибавление), напротив, представляет собой процесс создания продукции путем последовательного (послойного) добавления необходимого материала, что кардинально снижает его расход. 3D-печать или «аддитивное производство» – процесс создания цельных трехмерных объектов практически любой геометрической формы на основе цифровой модели. У авиастроителей есть фразеологизм «buy to fly ratio», который можно перевести как «отношение того, что купил, к тому, что полетело», то есть сколько материала было закуплено и сколько реально оказалось в деталях самолета. По разным данным это отношение составляет 15:1 или даже 20:1 для сложных деталей. Использование аддитивных технологий позволяет свести этот показатель до 1,5-2,0:1 [4]. В табл. 1 представлены результаты сравнительного анализа субтрактивного и аддитивного производств.

Таким образом, можно выделить преимущества аддитивных производств с точки зрения логистики:

- снижение веса деталей при сохранении прочности конструкции;
- выпуск изделий под конкретные требования заказчика;
- сокращение логистического цикла заказа;
- сокращение времени поставок;
- уменьшение складских запасов;
- сокращение расстояния перевозки;
- снижение спроса на перевозки;
- снижение производственных и логистических издержек и т.д.

Следствием глобализации стало разделение экономической деятельности как структурно, так и территориально. В условиях аддитивных технологий глобальными остаются только торговля сырьем и передача цифровых данных, а товарные потоки вновь приобретают региональный характер. Абсолютно очевиден ресурсосберегающий эффект от перехода на 3D-технологии.

Аддитивные технологии дают возможность компаниям дешевле и быстрее производить небольшие партии товаров, а миллионам людей - даже единичные товары у себя дома. Дж. Рифкин в своей книге «Третья промышленная революция» назвал такой мир – миром распределенного производства [2. С. 167]. Индивидуализация продукции (кастомизация) и регионализация производства сопровождаются децентрализацией энергопотребления и управления инфраструктурой. Для логистики это означает снижение спроса на перевозки готовой продукции и полуфабрикатов на большие расстояния. Логистические провайдеры в этих условиях организуют всю цепь создания добавленной стоимости, а также управляют потоками зашифрованных данных, используемых в

3D-принтерах. Децентрализованное производство создает основу для широкого развития региональной логистики и высокоэффективных логистических решений на «последней миле».

Таблица 1

Сравнительные характеристики субтрактивного и аддитивного производств

Наименование сравнительной характеристики	Субтрактивное производство	Аддитивное производство
Способ создания объектов	Удаление лишнего	Добавление необходимого
Использование расходных материалов в одном производственном цикле	Использование одного материала	Возможность использования нескольких материалов
Реализация преимуществ в зависимости от серийности производства	При крупносерийном производстве	При мелкосерийном и штучном производстве
Образование отходов	Большое количество отходов	Минимальный объем отходов
Конфигурация изделий	Сложность конфигурации изделий ограничена	Создание любых форм изделий
Сложность производственного процесса	Сложный многоэтапный процесс	Сокращение этапности процесса
Преобладающий тип управления	Вертикальный	Горизонтальный
Затраты на сырье	Высокие	Низкие
Индивидуализация производства	Ограничена	Широкие возможности создания моделей и объектов по индивидуальным заказам
Сроки производственного цикла	Длительные сроки изготовления	Сокращение сроков изготовления
Необходимость дополнительных ресурсов (инструмента, оснастки)	Да	Нет
Возможность топологической оптимизации	Нет	Да
Логистические издержки	Высокие	Низкие

В исследовании «Взгляд в будущее: логистика-2050», инициированном группой компаний Deutsche Post DHL, аддитивным технологиям уделяется внимание как способу распространения индивидуализированного образа жизни,

позволяющему человеку создавать и разрабатывать собственные продукты с помощью 3D-принтеров [1. С. 15].

Динамика рынка аддитивных технологий опережает остальные отрасли производства. По оценке компании IDC, к 2019 году рынок 3D-технологий составит $26,7 млрд по сравнению с $11 млрд в 2015 году и $4,1 млрд в 2014 году. Согласно отчёту Wohlers Report 2015, с 1988 по 2014 г. в мире было установлено 79 602 промышленных 3D-принтера. При этом 38,1% устройств (стоимостью более 5 тыс. долл.) приходится на США, 9,3% – на Японию, 9,2% – на Китай и 8,7% – на Германию. Следует учитывать, что промышленные установки занимают только 8,4% рынка (2014 г.), а 91,6% продаж составляют настольные 3D-принтеры [7].

Аддитивное производство уже сейчас создает уникальные возможности авиакосмической сфере, гражданскому авиастроению, автомобильной промышленности, медицине, энергетике и связи, а также производству товаров широкого потребления. Многие российские промышленные предприятия используют 3D-технологии. В России в подмосковном городе Ступино на 3D-принтере напечатали первый дом площадью 38 квадратных метров, стоимость строительства которого составила 593 568 рублей, а время возведения – всего сутки [5]. Бюджетная стоимость строительства (16 тыс. руб./кв.м) и короткие сроки выполнения позволяют предположить, что подобное строительство будет незаменимо при возведении жилья в пострадавших от чрезвычайных ситуаций местностях.

Главная задача модернизации России – добиться повышения эффективности путем снижения удельных издержек. Использование аддитивных технологий демонстрирует значительный потенциал такого снижения. По мере распространения этих технологий будет увеличиваться и эффект от их использования.

Список литературы

1) Logistics 2050. A Scenario Study. Series : DELIVERING TOMORROW. Bonn: Deutsche Post AG, 2012. 184 P.

2) *Рифкин Дж.* Третья промышленная революция: Как горизонтальные взаимодействия меняют энергетику, экономику и мир в целом / Пер. с англ. М.: Альпина нон-фикшн, 2014. 410 с.

3) *Зарицкий Б.Е.* Европа: реиндустриализация vs. деиндустриализация // Экономические науки. 2014. №8(117). С. 169-175.

4) *Довбыш В.М., Забеднов П.В., Зленко М.А.* Аддитивные технологии и изделия из металла [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://nami.ru/uploads/docs/centr_technology_docs/55a62fc89524bAT_metall.pdf (дата обращения 15.02.2017).

5) В России на 3D-принтере напечатали первый дом [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://realty.mail.ru/news/38106/v_rossii_na_dprintere_napechatali_pervyj_dom/ (дата обращения 20.02.3017).

6) Renishaw: кратко об аддитивном производстве [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://resources.renishaw.com/ (дата обращения 15.02.2017).

7) Аддитивная технология: описание, определение, особенности применения и отзывы. Аддитивные технологии в промышленности [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://fb.ru/article/231049/additivnaya-tehnologiya-opisanie-opredelenie-osobennosti-primeneniya-i-otzyivyi-additivnyie-tehnologii-v-promyishlennosti (дата обращения 24.02.2017).

УДК 339.35

Наумов Владимир Николаевич
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет,

СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫМИ ЦЕПОЧКАМИ ПОСТАВОК С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация. В докладе рассматриваются основные стратегии управления интегрированными цепочками поставок с использованием информационных технологий. Предложена модель управления, основанная на технологии автоматизированного электронного обмена данными, позволяющей в режиме онлайн производить оценку спроса со стороны потребителей и передавать информацию по цепочке поставок. Рассмотрены стратегии сотрудничества участников цепочки поставок с использованием информационных технологий.

Ключевые слова: стратегии, цепочка поставок, цепочка спроса, потребители, информационные технологии, интеграция, взаимодействие.

Naumov Vladimir, N.
Saint-Petersburg State University of Economics

MANAGEMENT STRATEGIES INTEGRATED SUPPLY CHAINS WITH THE USE OF INFORMATION TECHNOLOGY

Abstract. The report examines the main control strategy integrated supply chain using information technology. A management model based on the technology of automated electronic data interchange that enables online evaluate the demand from consumers and pass information along the supply chain. Considered strategy of cooperation in the supply chain using information technology.

Keywords: strategy, supply chain, demand chain, consumers, information technology, integration, interaction.

Закономерностью современных рыночных отношений является стремление многих компаний объединить свои информационные ресурсы и компетенции для решения ряда стратегических задач, в том числе:

– повышение ценностной значимости производимой продукции с учётом мониторинга мнений и удовлетворённости потребителей в режиме онлайн;

– повышение экономических показателей участников интегрированной цепочки поставок за счёт прогнозирования характера и объёма спроса с помощью информационных технологий и достижения, тем самым, эффекта синергии их производственной, сбытовой, логистической и маркетинговой деятельности.

Решение компании участвовать в интегрированной цепочке поставок является стратегически важным, поскольку речь может идти не только об организации поставок материальных ресурсов, но и о создании общей информационно-коммуникационной системы, требующей значительных инвестиций. Несогласованность действий и недостаточное качество (скорость и объём передачи данных) информационного взаимодействия между участниками цепочки поста-

© Наумов В.Н., 2017.

вок приводит к перерасходу ресурсов, в результате чего снижается эффективность работы компаний. В условиях глобализации современного бизнеса, данное обстоятельство представляет собой большую проблему, решить которую можно только с использованием информационно-коммуникационных технологий и тех возможностей, которые предоставляют Интернет и мобильная связь.

Заметим, что в научной литературе используются понятия «цепочка поставок» и «цепочка спроса», которые требуют уточнения [3, 5]. Цепочка поставок имеет два толкования: как логистическая система и как маркетинговая, отражающая процесс создания потребительской ценности. В первом случае рассматривается перемещение материальных потоков от поставщиков сырья, материалов или комплектующих к производителю, а от него в виде готовой продукции – к потребителю. Цепочка поставок в маркетинговом смысле трактуется как процесс формирования ценности для потребителей, включающий не только готовый товар, но и другие её компоненты, в том числе нематериальные (коммуникации, бренд, репутация, доверие и пр.).

В цепочке спроса, последний формируется потребителем и затем «передаётся» по каналам товародвижения к производителю, а от него – к поставщикам сырья и других необходимых компонентов для изготовления изделий. Функционирование цепочки поставок зависит от того, насколько эффективно её участники смогут управлять цепочкой спроса. Известные учёные в области логистики Юттнер У., Кристофер М. и Бейкер С. определяют управление цепочкой спроса (DCM – Demand Chain Management) как «концепцию, направленную на интеграцию процессов, ориентированных на спрос и на поставки» [6]. В этом случае, отмечают учёные, исходной точкой являются не поставщик (производитель) и работа по продвижению его товаров и услуг в цепочке поставок, а вполне определённые потребности клиентов, для удовлетворения которых и создаётся цепочка. На практике, специалисты по закупкам мало учитывают состояние спроса, в «закупочный центр» не всегда включаются специалисты по маркетингу и сбыту, хорошо разбирающихся в потребностях клиентов. В этом плане создание и использование специальных программных продуктов позволяет автоматизировать процессы оценки спроса по всей цепочке поставок. Следовательно, модель DCM должна объединять в себе два модуля прикладных программ, интегрированных в единую ИТ-систему:

– модуль SCM (Supply Chain Management – управление цепью поставок);

– модуль CRM (Customer Relationship Management – управление взаимоотношениями с потребителями).

Рассматривая стратегические варианты управления спросом в цепочке поставок, М. Кристофер и Пэк Х. выделяют две стратегии, используемые различными компаниями [2. С. 118]:

– стратегия 1: основной акцент делается на формирование товарных запасов участников, обеспечивающих стабильность поставок в соответствии с колебаниями спроса;

– стратегия 2: отслеживание конечного спроса и быстрое информирование поставщика в реальном режиме времени о фактическом конечном спросе.

Авторы справедливо обращают внимание на существенный недостаток использования первой стратегии, связанный с эффектом «кнута» («forrester effect»), когда даже небольшие изменения требований потребителей (колебания конечного спроса) приводят к увеличению спроса по направлению «снизу-вверх»[2. С. 118-119]. Это приводит к избытку складских запасов у производителя и посредников и, соответственно, к снижению эффективности логистических бизнес-процессов каждого участника доставки ценностей потребителям.

Вторая стратегия направлена на устранение проблемы сверхвысоких товарных запасов, но требует наличия точных методик прогнозирования и современных IT-технологий, позволяющих «связывать» все звенья цепочки поставок в единую информационную базу данных. В результате каждый участник цепочки поставок имеет возможность получить доступ партнёров к внутренней информации: к технологическим процессам, к информации о наличии товарных запасов и перспективах уменьшения цен на любой отдельный тип продукции, предлагаемой поставщиками [1].

С этой целью целесообразно внедрить технологию автоматизированного электронного обмена данными (EDI – Electronic Data Interchange) между участниками цепочки поставок, включая потребителей. Центральную роль в организации обмена данными будет выполнять EDI-провайдер, который берёт на себя технические вопросы обеспечения бесперебойной связи между заинтересованными участниками (ПО, способы идентификации товаров и контрагентов, формы документации и пр.). На рис. 1 приведена схема взаимодействия участников цепочки поставок с участием EDI-провайдера.

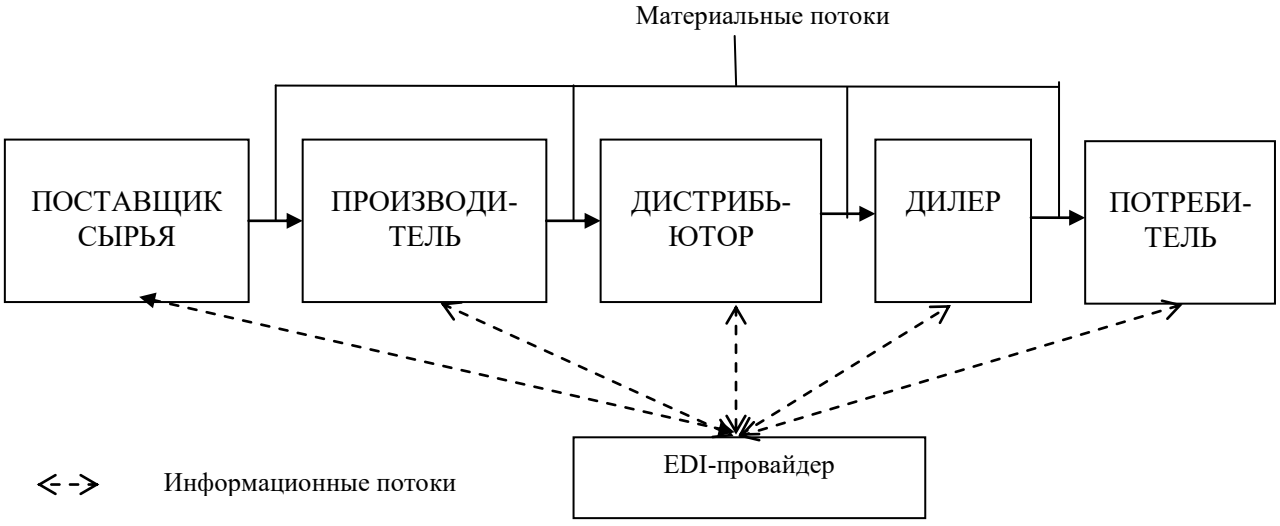


Рис 1. Схема взаимодействия участников цепочки поставок с участием EDI-провайдера

Пример. EDI-провайдер «1С:Сеть» поддерживает обмен документами для четырёх бизнес-процессов [4]:

- обмен данными о товаре;
- обмен коммерческими предложениями;
- заказ товара, акцепт заказа;
- поставка товара, накладная, акцепт накладной.

Организация автоматизированного электронного обмена данными между участниками цепочки поставок позволяет не только ускорить принятие управленческих решений за счёт унификации электронной документации, владения информацией в режиме онлайн, но и сократить затраты на товародвижение и ускорить доставку товаров потребителям в нужном количестве, в нужное время. Это объясняется тем, что при традиционной схеме взаимодействия, производитель продукции получает информацию об уровне и характере спроса от дистрибьютора, дистрибьютор от дилера, что сказывается на точности и актуальности данных.

При использовании схемы взаимодействия с участием EDI-провайдера производитель имеет возможность контролировать товародвижение и отслеживать спрос в режиме онлайн по всей цепочке поставок, включая поставщика сырья, дистрибьютора и дилера.

Эффективность реализации модели DCM для всех участников интегрированной цепочки поставок может быть достигнута только в случае создания единой информационной системы, что требуют значительного инвестирования. Как показывает практика не все компании к этому готовы, и они выбирают другие стратегии сотрудничества, основанное на тактическом партнёрстве (см. табл. 1).

Таблица 1

Стратегии сотрудничества участников цепочки поставок с использованием информационных технологий

Уровень взаимоинвестирования	Направления сотрудничества	
	Партнёрские соглашения	Функциональная ИТ-интеграция
Высокий	– организация торгово-закупочных электронных площадок; – организация совместных виртуальных предприятий; – организация ДАТА-центров для учёта и анализа данных ***Стратегическое партнёрство***	– создание интегрированных ИТ-систем для координации управления бизнес-процессами участников цепочки поставок; – совместное решение вопросов информационной безопасности ***Стратегическое партнёрство***
Низкий или отсутствует	– рекламные партнёрские программы; – участие в совместных рекламных акциях; – участие в партнёрских PR-мероприятий ***Тактическое партнёрство***	– совместные электронные витрины и каталоги; – интернет-франчайзинг; – совместное дистанционное обучение; – совместный ИТ-консалтинг ***Тактическое партнёрство***

Анализ вариантов стратегий сотрудничества компаний, представленных в таблице, позволяет выделить стратегическое и тактическое уровни партнёрства.

Стратегическое партнёрство – форма объединения значительных ресурсов в совместной деятельности компаний с целью получения взаимных выгод на долгосрочной основе. В основе стратегического партнёрства лежит тесное взаимодействие компаний, обусловленное взаимным участием в инвестиционных или крупных торговых проектах.

Тактическое партнёрство основано на небольшом объёме и практическом отсутствии соинвестиций. В данном случае допускаются незначительные инвестиции в совместные программы, например, по продвижению сайтов, повышающие их привлекательность и посещаемость. Торговое партнёрство может осуществляться под эгидой наиболее влиятельной «раскрученной» в интернете компании, но при этом важным условием успешности сотрудничества выступает баланс интересов всех партнёров. Наиболее массовым тактическим партнёрствам являются рекламные партнёрские программы, размещаемые на корпоративных сайтах или на различных интернет-площадках.

Таким образом, использование информационных технологий позволит эффективно управлять цепочкой поставок на основании получения актуальной информации от потребителей в режиме онлайн и тем самым достичь более высоких экономических результатов.

Список литературы

1. *Зей Д., Хендфилд Р.* Использование концепции стоимостной цепочки для улучшения интерактивного маркетинга // Интернет-маркетинг. 2004. №5. С. 46-55.

2. *Кристофер М., Пэк Х.* Маркетинговая логистика. М.: Изд. дом «Технологии», 2005. -200 с. С. 118.

3. *Наумов В.Н.* Процессная модель управления интегрированной цепочкой поставок / Современные методы и технологии эффективного рыночного управления: Сб. статей. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. С. 30-39.

4. Сервис по электронному обмену документами 1С: Сеть. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://v8.1c.ru/edi/edi_app/25/ (дата обращения 05.03.2017).

5. *Третьяк О.А.* Развитие концепции управления цепочкой спроса на новых основаниях. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/dcm_new.htm. (дата обращения 01.03.2017).

6. *Юттнер У., Кристофер М. и Бейкер С.* Управление цепочкой спроса: интеграция маркетинга и управления цепочкой поставок // Российский журнал менеджмента. Т. 6. 2008. №4. С. 83-112.

УДК 338.1

Отева Наталья Сергеевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

Аннотация. Импортозамещение представляет собой замену иностранных товаров на продукцию отечественного производства. Способствует созданию дополнительных рабочих мест, стимулирует появление новых компаний и предпринимателей в сегменте среднего и малого бизнеса. В вопросе импортозамещения необходимо учитывать и взаимоотношение таможни и бизнеса, в рамках предоставления таможенных услуг. Введение в России Института уполномоченного экономического оператора – является необходимым шагом в вопросе взаимодействия таможни и участников коммерческой деятельности.

Ключевые слова: импортозамещение, таможня, Таможенный союз, Евразийский экономический союз, Институт уполномоченного экономического оператора.

Oteva Natalia, S.
Saint-Petersburg State University of Economics

PROVISION OF CUSTOMS SERVICES IN THE CONTEXT OF IMPORT SUBSTITUTION

Abstract. Import substitution represents replacement of foreign goods by production of domestic production. Promotes creation of additional jobs, stimulates emergence of the new companies and businessmen in a segment of medium and small business. In a question of import substitution it is necessary to consider also relationship of customs and business, within providing customs services. Introduction in Russia of Institute of Authorized Economic Operator – is a necessary step in a question of interaction of customs and participants of commercial activity.

Keywords: import substitution, the customs, the Customs Union, the Eurasian Economic Union, Institute of Authorized Economic Operator.

Импортозамещение в настоящий момент развития экономики Российской Федерации имеет особую актуальность. Возможности и перспективы импортозамещения несут за собой большое количество споров и суждений. Оценивая развитость российской экономики можно сказать, что сто процентное импортозамещение российской промышленности не требуется. По мнению автора, российские предприятия должны производить свои товары и услуги в условиях реальной здоровой конкуренции. Это будет влиять и на качество, производимых товаров и на технологию производства.

В общем и целом, импортозамещению можно дать следующее определение – уменьшение или прекращение импорта определенного товара посредством производства, выпуска в стране того же или аналогичных товаров.

При импортозамещении наиболее актуальными отраслями являются отрасли промышленности, попавшие под влияние экономических санкций, а так-

© Отева Н.С., 2017.

же тех отраслей, которые необходимы государству для решения вопросов национальной безопасности. К таким отраслям отнесем высокотехнологичные отрасли станкостроения, продукции нефтегазового комплекса, которая предназначена для осваивания шельфовых месторождений и добывания трудноизвлекаемых запасов углеводородов, а также отрасли, связанные с радиоэлектроникой, фармацевтикой, медициной, легкой и пищевой промышленностью.

С точки зрения таможенной политики, для замещения импорта национальными товарами необходимо в полной мере использовать таможенно-тарифное (пошлины) и нетарифное (квотирование, лицензирование) регулирования, а также выделение субсидий на производства внутри страны и прямой запрет правительством Российской Федерации на ввоз отдельных видов товаров.

Применение мер таможенно-тарифного регулирования должно быть взвешенным и осторожным, с обязательным учетом возможных рисков со стороны стран-импортеров. Ущерб, который может быть определен от реализации политики импортозамещения, не должен превышать выгоды от снижения экспорта.

В 2016-2017 гг. таможенно-тарифная политика будет реализовываться в условиях перехода внешнеэкономических отношений, возникших в результате нестабильности мировой экономической ситуации, которая связана с введением торговых ограничений.

Благоприятно влияет на политику импортозамещения и начало функционирования с 1 января 2015 года Евразийского экономического союза – интеграция стран, созданная на базе Таможенного союза и Единого экономического пространства России, Белоруссии и Казахстана. В Евразийский экономический союз стремятся также вступить Армения и Киргизия, Турция и Индия. В настоящий момент уже подготовлен ряд договоров и дорожная карта по присоединению Киргизии в Евразийский экономический союз.

Проводимая государством политика импортозамещения подразумевает под собой увеличение ставок ввозных таможенных пошлин (в рамках обязательств Всемирной торговой организации) на те товары и конкурентоспособные аналоги товаров, которые уже производятся в Российской Федерации. Также продолжаются работы в рамках постепенного увеличения (эскалации) таможенного тарифа путем снижения таможенных ставок на комплектующие изделия и сырье, которое необходимо для исследования и усовершенствования производственных мощностей отечественных товаропроизводителей. Это будет являться благоприятным фактором для успешной работы на мировом рынке отечественных предприятий.

В вопросе импортозамещения необходимо учитывать и взаимоотношение таможни и бизнеса, в рамках предоставления таможенных услуг. Введение в России Института уполномоченного экономического оператора – является необходимым шагом в вопросе взаимодействия таможни и участников коммерческой деятельности.

Уполномоченный экономический оператор – российское юридическое лицо, которое осуществляет ввоз на территорию или вывоз с территории РФ товаров по специальным таможенным процедурам.

Уполномоченный экономический оператор ведет свою деятельность после включения в единый реестр уполномоченных операторов, а также обеспечения гарантии на реализацию своей деятельности. Федеральная таможенная служба России ведет общероссийской реестр уполномоченных экономических операторов. Примечательно, что уполномоченным экономическим оператором может быть только российское юридическое лицо.

Упрощение таможенных процедур для уполномоченных экономических операторов достигается путем оптимизации времени на таможенные услуги. К таким упрощениям отнесем:

- временное хранение товаров и транспортных средств, которые находятся под процедурой таможенного контроля, без включения в реестр владельцев складов временного хранения;
- выпуск товаров до подачи таможенной декларации на товары;
- проведение таможенных операций, на территории уполномоченного экономического оператора;
- предварительное таможенное декларирование товаров;
- возможность подачи периодической таможенной декларации на товары.

Указанные упрощения при организации таможенного контроля для уполномоченных экономических операторов могут применяться только при условии, что уполномоченный экономический оператор является декларантом товаров.

Что касаемо иностранных товаров, то они могут напрямую доставляться на специально создаваемую территорию уполномоченного экономического оператора, при этом миновав таможенный орган назначения.

Весьма важным преимуществом при предоставлении таможенных услуг уполномоченному экономическому оператору является процедура предварительного декларирования. При ней существенно сокращаются затраты на все основные операции при декларировании товаров обычным путем.

Если говорить не об Институте уполномоченного экономического оператора, а о стандартных приемах декларирования товара, то в условиях импортозамещения, многие таможенные представители, декларанты, перевозчики теряют своих клиентов и прибыль. Это связано в первую очередь, с повышением ставок ввозных таможенных пошлин, на перечень товаров, определенный правительством, а также с введением эмбарго на ввоз товаров и транспортных средств из определенных стран.

Таким образом, импортозамещение в России имеет свои положительные стороны. У предприятий, организующих производство замещаемой продукции, есть доступ к необходимому сырью и природным ресурсам. Плюсом является и то, что издержки на производство товаров в России значительно ниже, чем за границей, за счет дешевых природных ресурсов. В Российской Федерации значительно развита сфера военно-промышленного комплекса, она имеет значительный технологический потенциал, и возможно нашим предприятиям удастся перевести те или иные военные наработки в гражданскую область производства. А благодаря таможенно-тарифным мерам, упрощенным таможенным услугам, произведенные в России товары будут иметь здоровую конкуренцию и значительный спрос.

Список литературы

1. *Афанасенко И.Д., Борисова В.В.* Логистика в системе совокупного знания. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013.
2. *Афанасенко И.Д.* Россия в потоке времени. История предпринимательства. СПб.: Третье тысячелетие, 2003.
3. *Борисова В.В.* Проблемы логистики межрегионального товарообмена. Ростов на Дону: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2001.
4. *Елецкий Н.Д., Столбовская А.Г.* Импортозамещение в России: не проблема, а задача // Молодой ученый. 2015. №6.
5. *Королев И.* Интеграция России в мировую экономику // Внешняя политика России. 2009. №2.

УДК 658.7

Сандрикова Динара Вагифовна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ЭКСПОБИЗНЕС КАК ЛОГИСТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА

Аннотация. Статья посвящена проблемам логистической поддержки выставочной деятельности. Рассматриваются проблемы оптимизации взаимодействия разделов выставочного бизнеса; экспобизнес рассматривается как производственно-логистическая система, рассматриваются вопросы минимизации общих логистических издержек и максимизации прибыли экспонентов и организаторов выставочных мероприятий.

Ключевые слова: выставки, экспобизнес, выставочная логистика, производственная логистика, логистический подход.

Sandrikova Dinara, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

LOGISTICAL SUPPORT OF EXHIBITION ACTIVITY

Abstract. The article deals with the problems of logistic support of exhibition activity. The author deals with the problems of optimizing the interaction of sections of the exhibition business; expobusiness considered as a production and logistics system in the issues of minimizing the total logistics costs and maximizing profits of exhibitors and organizers of exhibitions.

Keywords: exhibition, expobusiness, exhibition logistics, industrial logistics, logistical approach.

Для современной науки видится актуальным рассмотрение событийных мероприятий с позиции применения логистического подхода. Использование данного подхода способно снизить затраты и повысить эффективность и общую экономическую отдачу как для организаторов, так и для участников выставочных мероприятий. Логистику производства принято считать одной из функциональных сфер коммерческой логистики. Она призвана управлять ин-

© Сандрикова Д.В.., 2017.

формационными, финансовыми, кадровыми и материальными потоками, имеющими место в процессе производства выставочных услуг. Оптимизация производственных процессов в выставочной логистике может позволить участникам выставочного рынка обеспечить производство и оказание выставочных услуг, максимально полно отвечающих запросам целевых потребителей с оптимальными затратами как материальных, так и других видов ресурсов.

По нашему мнению, оптимизация взаимодействия разделов выставочного бизнеса, а именно рекламно-информационной составляющей, строительно-дизайнерских работ и организационно сбытовой деятельности способны создать качественно новый подход к организации выставочной деятельности в целом. Уместным видится рассмотрение экспобизнеса как производственно-логистической системы, а именно совокупности взаимосвязанных и взаимодополняющих друг друга предприятий, подразделений и сотрудников, обеспечивающих логистическую оптимизацию экономических потоков, связанных с производством выставочных услуг. Началом производственного процесса в выставочном деле является получение и обработка исходной информации, закупка и аренда материалов и ресурсов, которые в процессе производственных операций преобразуются в потребляемые потребителями выставочные услуги. В зависимости от специфики предприятия экспобизнеса соотношение между входными и выходными логистическими потоками может быть различным. Так, наряду с предприятиями, специализирующимися на производстве отдельных услуг или операций, в выставочном секторе существуют организации с полным циклом производства и распределения выставочных услуг, получившие название логистических операторов выставочных услуг. Для Санкт-Петербурга самыми крупными операторами выставочных услуг на сегодняшний день являются: ЗАО «Экспофорум-Интернэшнл» – международная выставочная компания, имеющая собственный конгрессно-выставочный центр вблизи международного аэропорта «Пулково»; ЗАО «Примэкспо» – международный выставочный оператор, входящий в группу компаний ITE, занимающую пятое место в мире по организации выставок, и группа предприятий «Рестэк» – самое старое выставочное предприятие Санкт-Петербурга, успешно функционирующее и по сей день.

В выставочном деле принято выделять два типа производства:

- производство стандартных выставочных услуг, обеспечивающих цикличность и повторяемость производственного процесса;
- производство с разнообразием номенклатуры выставочных услуг с необходимостью оформления дополнительной выставочной документации и применения специфических видов оборудования и ресурсов.

В условиях глобализации и дифференциации направлений выставок, преобладающим становится именно второй тип производства. Полным логистическим циклом производства выставочных услуг считается цикл от создания концепции выставочного проекта до его реализации и подведения его итогов. При его проектировании важнейшим приоритетом является стремление снизить общие логистические издержки. В современных условиях важно понимать, что индивидуальный облик современной выставке придают именно оригинальные инженерные решения. Они могут быть конструкторскими, техническими, архитектурными или ди-

зайнерскими. Организаторам выставочных мероприятий необходимо понимать важность обеспечения оптимальной сочетаемости выставочных стендов между собой ещё на стадии предварительного планирования выставки. Также важно учитывать существование практики размещения открытых выставочных площадей, для которой используются баннерные конструкции, уличные флаги, щиты, надувные объекты и элементы уличных информационных систем. Оптимальными условиями организации выставки считаются такие, при которых устроители мероприятия сначала собирают заявки на участие, а потом уже составляют экспозицию, максимально эффективно распоряжаясь выставочной площадью. Однако важно учитывать, что и такой проект, корректируется огромное количество раз в процессе подготовки выставки в связи с целым рядом причин объективного и субъективного характера. Согласование рабочего проекта выставки необходимо с пожарными и техническими службами во избежание неприятностей во время проведения мероприятия. В современных условиях очень распространена практика применения типового оборудования для сокращения сроков монтажа выставки. Так, используются стандартные сборно-разборные конструкции и модульные системы каркасного и бескаркасного типа. Элементами каркаса выставочных конструкций выступают, как правило, стойки, опоры, ригели, стержни. К самому каркасу уже крепятся самые разные элементы выставочного оборудования. В качестве заполнителя выступают панели белого цвета из ДСП или в отдельных случаях строительства дизайнерских стендов стекло. Трендом сегодня также являются оригинальные световые решения: динамический свет, световые короба, светодиодные панели. Новые для рынка фирмы с большими финансовыми возможностями имеют тенденцию к монтажу стенда индивидуального дизайна, что привлекает к ним большее внимание, нежели стандартные выставочные конструкции.

Современная методология и научная база логистики допускают рассмотрение в качестве единого целого всех стадий цикла по производству выставочных услуг от первичного планирования выставочного пространства до самого осуществления экспопроекта. Так, схему процесса производства выставочных услуг можно разделить на 3 стадии:

- Разработка концепции и идеи выставочного мероприятия.
- Проектирование выставочного мероприятия и обеспечение оказания выставочных услуг.
- Проведение выставочного мероприятия и предоставление экспоуслуг.

К первому этапу можно отнести выработку общей задачи и тематики, целей, задач и названия выставочного мероприятия; маркетиноговые исследования по тематике проведения выставки, обоснование целесообразности ее организации, выбор места и времени проведения, запрос на государственную и общественную поддержку выставки. Во время второго этапа составляется бизнес-план выставки, смета затрат на ее проведение, составляется финансовый план и принимается бюджет выставочного мероприятия. Также организуется заключение договоров с подрядчиками и субподрядчиками, разрабатываются рекламные материалы и проводятся рекламные мероприятия по привлечению экспонентов и посетителей выставки. Выставка начинает комплектоваться экспонентами, разрабатывается дело-

вая программа сопутствующих мероприятий, создается рабочий проект выставки, включающий план размещения стендов в павильонах выставочного центра и проектирование их материально-технического обеспечения. Издается официальный каталог выставки, закупаются либо арендуются необходимое оборудование для проведения мероприятия, идет застройка выставочного пространства, наем и инструктаж выставочного персонала и работа по привлечению целевых групп посетителей. На третьем этапе производства выставочных услуг организуется заезд экспонентов, транспортировка экспонатов и выставочных образцов в выставочный центр, регистрация участников, посетителей и их информационное обслуживание; проводится деловая программа, включающая в себя конференции семинары и конгрессы по тематике выставки, выдача бухгалтерской документации экспонентам, закрытие выставки, ее демонтаж, подведение итогов мероприятия и послевыставочное общение с экспонентами и посетителями с целью привлечения их к участию в следующем году.

Таким образом, применение логистического инструментария в организации выставочной деятельности предприятий уместно и необходимо в целях минимизации общих логистических издержек и максимизации прибыли как экспонентов, так и организаторов экспомероприятий.

Список литературы

1. *Афанасенко И.Д., Борисова В.В.* Логистика снабжения: Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2010. 159 с.

2. *Карасев Н.В.* Продажи и маркетинг в выставочном бизнесе. М.: Статус Презенс, 2010. 251 с.

3. *Критсотакис Я.Г.* Торговые ярмарки и выставки. Техника участия и коммуникации. М.: ИНФРА-М, 1997. 187 с.

4. *Симонов К.В.* Современный экспобизнес: условия предпринимательства и управленческие технологии. Монография. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. 552 с.

5. *Стровский Л.Е., Фролова Е.Д., Демченко Е.А*. Рынок выставочных услуг: формирование, функционирование, регулирование / Под общ. ред. *Л.Е. Стровского*. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2004.

УДК 658

Смирнова Елена Александровна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ТАМОЖЕННЫХ ПОСРЕДНИКОВ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

Аннотация. В статье рассматриваются особенности международных цепей поставок, связанные с логистическим потенциалом таможенных посредников. Рассматриваются критерии отнесения участников сектора экономики категории таможенных посредников, а также рассматриваются аспекты, возникающие в результате посреднической деятельности в таможенной сфере.

Ключевые слова: международные цепи поставок; логистический потенциал; таможенные посредники; внешнеэкономическая деятельность.

© Смирнова Е.А., 2017.

Smirnova Elena, A.

LOGISTICS POTENTIAL OF CUSTOMS INTERMEDIARIES IN INTERNATIONAL SUPPLY CHAINS

Abstract. The article examines the features of international supply chains related to the logistics potential of customs intermediaries. The criteria for classifying participants in the economic sector as a category of customs intermediaries are considered, as well as aspects arising from mediation in the customs sphere.

Keywords: international supply chain; Logistic potential; Customs intermediaries; foreign economic activity.

При проектировании и управлении международными цепями поставок учитывается необходимость пересечения товарными потоками не только государственных, но и таможенных границ с соблюдением норм таможенного регулирования. Согласно ст. 1 ТК ТС таможенное регулирование – «это правовое регулирование отношений, связанных с перемещением товаров через таможенную границу ТС, их перевозкой по единой таможенной территории ТС под таможенным контролем, временным хранением, таможенным декларированием, выпуском и использованием в соответствии с таможенными процедурами, проведением таможенного контроля, уплатой таможенных платежей, а также властных отношений между таможенными органами и лицами, реализующими права владения, пользования и распоряжения указанными товарами».

Осуществлением таможенного регулирования занимаются таможенные органы. Помимо таможенных органов, в международных цепях поставок активную роль при перемещении товарных потоков через таможенную границу играют коммерческие посредники, осуществляющие свою деятельность в таможенной сфере. Наличие посреднического звена в международных цепях поставок обусловлено специфическими особенностями внешнеторговой сделки, обязательным этапом которой является прохождение процедур таможенного декларирования экспортируемых и/или импортируемых товаров. Для успешной реализации внешнеторговой сделки необходимо задействовать логистический потенциал таможенных посредников.

Под посредниками в таможенной сфере понимаются любые организации, оказывающие посреднические услуги участникам международных цепей поставок с целью ускорения и упрощения прохождения всех необходимых процедур, связанных с осуществлением таможенных операций. При этом следует различать непосредственно таможенных посредников и посредников, оказывающих инфраструктурные услуги в таможенной сфере (торговые, финансовые, транспортные и др.).

На рис. 1 представлены основные виды таможенных посредников международных цепей поставок.

Рис. 1. Типология таможенных посредников

По нашему мнению, к таможенным посредникам можно отнести посреднические организации, механизм создания и функционирования которых регулируется таможенным законодательством. В настоящее время, к их числу относятся организации, чья деятельность в таможенной сфере обусловливается внесением их в соответствующие Реестры. К таким организациям относятся таможенные представители, владельцы складов временного хранения (СВХ), владельцы таможенных складов, владельцы свободных складов, таможенные перевозчики. Деятельность юридических лиц в качестве таможенных перевозчиков, владельцев складов временного хранения, владельцев таможенных складов и таможенных представителей допускается при условии их включения соответственно в Реестр таможенных перевозчиков, Реестр владельцев складов временного хранения, Реестр владельцев таможенных складов или Реестр таможенных представителей.

Кроме того, существуют посреднические организации, оказывающие инфраструктурные услуги в таможенной сфере. Причем предоставление подобных услуг, как правило, является для этих организаций сопутствующим видом деятельности. В качестве инфраструктурных посредников в таможенной сфере можно рассматривать банки и иные кредитные организации, страховые организации, перевозчиков. Как правило, оказание тех или иных видов таможенных услуг (обеспечение уплаты и/или уплата таможенных платежей, страхование рисков в

таможенной сфере и др.) не считается для них основным видом коммерческой деятельности и осуществляется в целях диверсификации источников прибыли.

К таможенным посредникам относятся координаторы специализированных платежных систем. Их участие позволяет участникам международных цепей поставок производить безналичную оплату всех видов таможенных платежей в таможенном органе назначения непосредственно в момент таможенного декларирования товаров. При этом уплата каких-либо иных платежей блокируется, что исключает возможность нецелевого использования денежных средств.

Еще одним типом таможенных посредников являются информационные операторы. Информационный оператор – это организация, оказывающая услуги по информационному взаимодействию при электронном и интернет-декларировании товаров. Для представления сведений в электронной форме информационный оператор заключает соглашение об информационном взаимодействии при представлении сведений в электронной форме с использованием международной ассоциации сетей Интернет. Данное соглашение введено в действие Приказом ФТС РФ № 52 «О внедрении информационных технологий представления таможенным органам сведений в электронной форме для целей таможенного оформления товаров, в том числе с использованием международной ассоциации сетей Интернет». Информационные операторы должны быть включены в Реестр свидетельств о проведении испытаний программного обеспечения информационных систем, предназначенных для представления участниками внешнеэкономической деятельности сведений в электронной форме в целях таможенного оформления товаров.

Осуществление посреднической деятельности в таможенной сфере, в конечном итоге, можно свести к выполнению следующих таможенно-логистических операций: транспортировка и временное хранение товаров под таможенным контролем, таможенное декларирование, включая выбор таможенной процедуры, определение товарного кода, уплату таможенных пошлин и т.д.

Список литературы

1. *Дюкова О.М., Павлов М.Ю.* Организация торгово-посреднической деятельности. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. 78 с.

2. *Молонова А.В.* Логистические межсистемные образования в таможенной сфере // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. С. 172-174.

3. *Парфёнов А.В., Морозов А.Н., Молонова А.В.* Меры по предотвращению и минимизации логистических рисков в таможенной сфере. / Коммерция и логистика: Сб. науч. трудов / Под ред. В.В. Щербакова, А.В. Парфенова и Е.А. Смирновой. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. С. 135-140.

4. *Парфёнов А.В, Смирнова Е.А.* Система электронных расчетов таможенная карта: преимущества и перспективы развития // Российское предпринимательство. 2005. №2. С. 119-124.

5. *Смирнова Е.А.* Оценка эффективности деятельности электронной таможни // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2013. №1. С. 132-137.

6. *Смирнова Е.А.* Таможенное администрирование логистических процессов глобальных цепей поставок // Автореф. дисс. на соиск. уч. степ. докт. экон.наук. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. 38 с.

7. *Смирнова Е.А.* Управление глобальными цепями поставок: торгово-экономический подход. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. 162 с.

8. *Ценина Т.Т., Ценина Е.В.* Организация и регулирование внешнеторговой деятельности: Учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. 230 с.

9. *Щербаков В.В., Иванова Д.П.* Конкурентные стратегии торговых посредников / Модернизация российской экономики и общества в контексте национально-государственных и общемировых изменений. Матер. студ. науч. конф., 8-18 апр. 2008 г. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2008. С. 220.

УДК 658.7

Тюрина Ксения Александровна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК

Аннотация. Интенсификация вовлечения государственных и муниципальных учреждений в рыночные отношения ставит перед ними задачу эффективной реализации государственных закупок. Формирование уровня экономической эффективности государственных закупок является многофакторным процессом. Однако степень влияния каждого из факторов на ход этого процесса и, следовательно, на его результат различна. Цель исследования связана с установлением ключевых факторов и оценкой их влияния на эффективность формирования закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд. В основе исследования положены методы корреляционно-регрессионного анализа. Расчет коэффициентов корреляции позволяет выявить тесноту и направление взаимосвязи изучаемых показателей, регрессионный анализ заключается в определении аналитического выражения связи результирующей величины с факторными показателями. Автором предлагается использовать данную модель для прогнозирования результатов управленческого воздействия на изменение соответствующих факторных показателей.

Ключевые слова: государственные закупки, логистика государственных закупок, эффективность государственных закупок, факторный анализ системы государственных закупок, модель оценки эффективности государственных закупок.

Tyurina Ksenia, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODEL EVALUATING EFFECTIVENESS OF PUBLIC PROCUREMENT

Abstract. Intensification of involvement of state and municipal institutions in the market economy has set them the task of effective implementation of public procurement. Formation of the level of economic efficiency of public procurement is a multifactorial process. However, the degree of influence each of the factors on the course of the process and, consequently, the result is different. The purpose of the study is related to the establishment of the key factors and assessing their

© Тюрина К.А., 2017.

impact on the effectiveness of the formation of procurement for state and municipal needs. The basis of the study on the method of correlation and regression analysis. Calculation of correlation coefficients reveals the closeness of the relationship and the direction of the studied parameters, regression analysis is to determine the analytical expression due to the magnitude of the resultant factor indicators. The author proposes to use this model to predict the results of administrative influence on the change in the relevant factor indicators.

Keywords: government procurement, logistics, public procurement, public procurement efficiency, factor analysis of public procurement, the model evaluation of the effectiveness of public procurement.

В настоящее время общепризнано, что размещение государственных закупок должно основываться на принципах экономической эффективности, конкуренции, разумной открытости, справедливого отношения ко всем поставщикам, использовании процедур открытого конкурентного размещения заказов, и в порядке, жестко установленном нормативными правовыми актами в данной сфере. Подразумевается, что реализация данных подходов сама по себе позволяет в значительной степени получать положительные эффекты от размещения государственного заказа и снизить количество эффектов отрицательных. Однако формирование уровня экономической эффективности государственных закупок является более сложным, многофакторным процессом, требующим комплексного рассмотрения. Использование логистического подхода в системе государственных закупок основано на принципах системности, целостности, оптимальности суммарных издержек, что позволяет рассматривать процессы в комплексе, с системных позиций и не допускает изолированного рассмотрения издержек [1]. Логистика обладает широким инструментарием, способным решить задачу повышения эффективности системы государственных закупок [2].

В основе данного исследования положен метод корреляционно-регрессионного анализа. Построение экономико-математической модели исследуемого процесса предполагает выделение в качестве результативного признака Z – показателя экономической эффективности государственных закупок, который формируется представленными ниже факторами: X_1, X_2, …, X_8. В качестве основных факторов, влияющих на процесс государственных закупок, на основе экспертного опроса, было выделено восемь показателей:

X_1 – общий объем процедур;

X_2 – профессионализм заказчика;

X_3 – качество исполнения контрактов;

X_4 – уровень конкурентной среды размещения государственных закупок;

X_5 – уровень злоупотреблений в сфере размещения закупок;

X_6 – доля закупок у субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организации.

X_7 – качество планирования государственных закупок;

X_8 – уровень информационного обеспечения (доля закупок, осуществляемых через электронно-торговые площадки);

X_9 – доля контрактов, заключенных с единственным поставщиком (исполнителем, подрядчиком).

Первый шаг состоял в ранжировании факторов по степени их влияния на формирование результативного фактора на основе метода экспертных оценок в механизме открытого управления. В процессе проведения аудиторного анкетирования руководителей бюджетных учреждений Петроградского и Василеостровского районов г. Санкт-Петербурга по вопросам организации контрактной системы были определены ранги каждого из факторов, приведенные в табл. 1.

Таблица 1

Ранги факторов

X_i	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9
Ранг	7%	6%	3%	24%	19%	13%	5%	8%	15%

Корректность реализации программы опроса обосновывается привлечением в качестве экспертов лиц, обладающих максимальной степенью компетентности в области процедур государственных закупок. Полученные данные позволили при переходе к многофакторному анализу исследуемого процесса ограничиться факторами X_4, X_5, X_6, X_9.

Информационной базой дальнейшего анализа послужили статистические данные, публикуемые Федеральной службой государственной статистики, Федеральной антимонопольной службой и Министерством экономического развития РФ, представленные в табл. 2 [3; 4; 5].

Таблица 2

Значения показателей системы государственных закупок для корреляционно-регрессионного анализа

Период (полугодие календарного года)	Z (абсолютный объем экономии бюджетных средств, млрд. рублей)	X_4 (среднее количество участников закупок на торгах, шт.)	X_5 (количество обоснованных жалоб участников закупок в Федеральную антимонопольную службу, шт.)	X_6 (доля закупок у субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организации, млрд. рублей)	X_9 (доля контрактов, заключенных с единственным поставщиком, млрд. рублей)
2011	95	2	2 541	33,52	94,5
2012	120	2,30	2 749	54,25	90,3
2013	115,7	2,34	3 251	81,38	110,2
2014	118	2,56	4 432	162,75	108,9
2015	144,4	2,58	3 531	266,8	265,7
2016	210	3	5 460	350	247,4

Корреляционно-регрессионный анализ статистических данных для рассматриваемого процесса определяет степень воздействия каждого из значимых факторов на итоговый результат. Это позволяет провести дальнейшее сокращение набора значимых факторов, оставив только те из них, которые в наибольшей степени формируют итоговый результат. Для построения матрицы коэффициентов парной корреляции был использован пакет «Анализ данных» офисного приложения MicrosoftExcel. Результаты расчетов приведены в табл. 3.

Таблица 3

Матрица коэффициентов парной корреляции

Наименование переменных	Z	X_1	X_3	X_4	X_5
Z	1				
X_1	0,924817865	1			
X_3	0,836339896	**0,936744045**	1		
X_4	0,907517722	0,934565406	0,854746387	1	
X_5	0,793329801	0,74918321	0,584796761	**0,918172632**	1

Как видно из данных табл. 3, существует достаточно высокая и положительная (прямая) связь показателей среднего количества участников закупок на торгах (0,925), количества обоснованных жалоб участников закупок в Федеральную Антимонопольную Службу (0,836), доли закупок у субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организации (0,907) и доли контрактов, заключенных с единственным поставщиком (исполнителем, подрядчиком), (0,793) с показателем абсолютной экономии. Учитывая, что анализ производился по статистическим данным Министерства экономического развития, можно отметить справедливость выявленных взаимосвязей.

Также стоит указать на обнаруженную высокую тесноту связи между показателем среднего количества участников закупок на торгах (0,937) и показателем количества обоснованных жалоб участников закупок в Федеральную Антимонопольную Службу, что приводит к мысли о возможном наличии явления мультиколлинеарности. Также обнаруживается высокая теснота связи между показателем доли контрактов, заключенных с единственным поставщиком (0,918) и доли закупок у СМП и СОНК. Мультиколлинеарность между факторами делает вычисление параметров регрессионной модели в дальнейшем либо невозможным, либо затрудняет содержательную интерпретацию параметров модели. Окончательное решение по этим факторам будет принято по результатам следующего этапа – проверки качества модели.

Использование функции «ЛИНЕЙН» офисного приложения Microsoft Excel позволило получить следующие параметры линейной регрессионной зависимости при аргументе «Константа» равном 1, которые представлены в табл. 4.

Таблица 4

Параметры линейной регрессионной зависимости

	A	B	C	D	E
1	0,67446	-0,59238	0,02668	116,83863	-261,08583
2	1,90210	1,97222	0,10150	177,78274	546,55022
3	0,88847	30,22386	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д
4	1,99155	1,00000	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д
5	7276,98284	913,48150	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д

Цифры первой строки табл. 4 позволяют сформировать уравнение линейной регрессии, демонстрирующей зависимость результирующего показателя от факторных: уровня конкурентной среды размещения государственных закупок (X_1), уровня злоупотреблений в сфере размещения закупок (X_2), поддержки субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организации (X_3) и объема закупок, осуществляемых неконкурентными способами (X_4):

$$y = –261,09 + 116,84 \cdot X_1 + 0,03 \cdot X_2 – 0,59 \cdot X_3 + 0,67 \cdot X_4.$$

Цифры второй строки таблицы дают возможность определить стандартные значения ошибок для коэффициентов регрессии. Значения находятся в достаточно большом диапазоне, что объясняется числовыми значениями используемых факторных признаков. Главное – это отсутствие нулевых значений, которые бы свидетельствовали о наличии явления мультиколлинеарности. Следовательно, в построенной регрессионной модели можно оставить все обозначенные переменные. $R^2 = 0,888$ – коэффициент детерминации, так же полученный с помощью пакета «Анализ данных» офисного приложения Microsoft Excel показывает, что на 88,8% расчетные параметры модели объясняют зависимость и изменения изучаемого параметра от исследуемых факторов.

Поводя итог проведенному исследованию можно отметить, что проблема прогнозирования и управления системой государственных закупок является многофакторной величиной. Методами корреляционно-регрессионного анализа может быть получена модель, позволяющая выявить наиболее значимые факторы, определяющие возможности развития системы государственных закупок, что важно для достаточно точного и надежного прогнозирования, и управления исследуемым процессом.

Список литературы

1. *Афанасьев М.В., Афанасьева Н.В., Кныш В.А.* Государственные закупки в рыночной экономике., СПб.: СПбГУЭФ, 2004. 224 с.

2. *Мясникова Л.А.* Современные проблемы управления логистикой: учеб. пособие. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. 152 с.

3. Отчет о результатах мониторинга закупок для обеспечения нужд // Санкт-Петербург. 2016. 16 с.

4. Доклад ФАС России «О состоянии конкуренции в Российской Федерации» (за 2015 год) / URL: http://fas.gov.ru/upload/aboutfas/archive/dcd6e0324412e43ebe3c2f165ca4717b.pdf.

5. Федеральная служба государственной статистики (Росстат)//Россия 2016 Статистический справочник/ URL: www.gks.ru/free_doc/doc_2016/rusfig/rus16.pdf.

УДК 658.5

Философова Дарья Кирилловна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ЛОГИСТИЧЕСКИХ ИЗДЕРЖЕК ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье объясняется важность наличия полной и достоверной информации о реальных расходах производственного предприятия, в том числе логистических. Отмечается необходимость внедрения управленческого учета в компании. Данные бухгалтерского учета не позволяют выделить логистические затраты из общей суммы затрат на производство и обращение продукции, а также из суммы расходов на продажу товаров. Для этих целей применяется управленческий учет, предоставляющий информацию о фактических затратах и результатах деятельности как всей организации, так и ее структурных подразделений. Данный вид учета предоставляет возможность сравнить расходы аналогичных организационных единиц, выявить «слабые места» в организации процессов компании. В статье приведены требования к формированию системы управленческого учета логистических издержек.

Ключевые слова: логистические издержки, логистика, управленческий учет, учет затрат.

Filosofova Dariya, K.
Saint-Petersburg State University of Economics

FORMATION OF A MANAGEMENT ACCOUNTING SYSTEM FOR THE LOGISTICS COSTS OF A PRODUCTION ENTERPRISE

Abstract. The article explains the importance of having complete and reliable information about the real costs of a manufacturing enterprise, including logistics. There is a need to introduce management accounting in the company. Accounting data does not allow you to distinguish logistics costs from the total cost of production and circulation of products, as well as from the amount of costs for the sale of goods. For these purposes, management accounting is used that provides information on the actual costs and performance of the whole organization and its structural units. This type of accounting provides an opportunity to compare the costs of similar organizational units, identify "weaknesses" in the organization of company processes. The article describes the requirements for the formation of a management accounting system for logistics costs.

Keywords: logistics costs, logistics, management accounting, cost accounting.

© Философова Д.К., 2017.

В век информационных технологий и экономики знаний информация превратилась в стратегический ресурс, от которого зависит конкурентоспособность всех экономических субъектов. Основная цель получения всей необходимой информации состоит в том, чтобы на ее основе как можно точнее, с минимальным уровнем неопределённости, принимать управленческие решения по стратегическим и операционным задачам компаний.

На всех этапах цепочки создания ценности функциональная деятельность предприятия сопряжена с затратами. От наличия полной и достоверной информации о реальных затратах предприятия, их учета зависит точное определение себестоимости производства единицы продукции, что в итоге отражается на ценовой политике данной компании, а значит на финансовых результатах фирмы и конкурентном преимуществе.

Логистические затраты представляют собой денежное выражение использованной рабочей силы, средств и предметов труда, финансовые затраты и различные негативные последствия форс-мажорных событий, которые обусловлены продвижением материальных ценностей (сырья, материалов, товаров) на предприятии и между предприятиями, а также поддержанием запасов [2].

Структура затрат и их классификация определяются спецификой деятельности того или иного предприятия. При этом общими для всех являются: затраты на осуществление элементарных и комплексных логистических операций, затраты, связанные с организацией заказа и его выполнением, поставкой товарно-материальных ценностей, потери от иммобилизации средств в запасах, издержки от недостаточного уровня качества логистического сервиса, затраты на логистическое управление [3].

Все затраты можно разделить на две группы:

- затраты на преобразование (трансформационные);
- затраты на взаимодействие (трансакционные) [3].

Затраты на преобразование имеют производительный характер, приводят к увеличению стоимости товара и возмещаются за счет новой стоимости. К ним относят издержки на транспортировку, хранение товаров, сортировку, упаковку и т.д.

Трансакционные издержки направлены на установление хозяйственных связей между субъектами интегрированного рынка по поставкам продукции или оказанию услуг.

Используемое за рубежом деление логистических затрат может быть адаптировано к российской практике. Логистические издержки объединить в следующие группы:

- затраты на закупку материальных ресурсов (Сз),
- затраты на грузопереработку и перемещение грузов (транспортировку) (Ст),
- затраты на складирование (Сс),
- затраты, связанные с управлением логистической системой, в том числе управление запасами (Су),
- затраты, связанные с потерями (Сп).

Однако бухгалтерский учет не предназначен для контроля расходов. Современные способы и приемы бухгалтерского учета не позволяют выделить логистические затраты из общей суммы затрат на производство и обращение продукции, а также из суммы расходов на продажу товаров [5].

Для этих целей применяется управленческий учет, предоставляющий информацию о фактических затратах и результатах деятельности как всей организации, так и ее структурных подразделений. Управленческий учет предназначен для решения внутренних задач управления и несет основную нагрузку при принятии управленческих решений.

Основными разделами управленческого учета должны быть:

- учет затрат и доходов по их видам;
- учет затрат и доходов от реализации продукции по центрам ответственности;
- учет затрат и доходов от реализации по их носителям (номенклатуре).

С помощью внедрения управленческого учета предприятие может выделить собственные реальные расходы, потому что в управленческом учете главный критерий распределения расходов по видам – их экономическое содержание, а не место в принятой системе бухгалтерского учета [6].

«Фактический управленческий учет должен формироваться строго по месту возникновения затрат. Построение логистики на предприятии начинается с построения структуры. Структура – это когда обязанности соединены с ответственностью. Обязанности – это функции, а ответственность – это статьи расходов. Должно быть жесточайшее соответствие между ними: такая-то функция связана с такой-то расходной статьей управленческого учета. Кстати, почти на всех предприятиях система показателей качества собственной работы отсутствует. А они должны быть, и они должны быть тоже связаны со статьями управленческого учета и с функциями, с бизнес-процессами. И наличие управленческого учета означает, что если в бизнес-процессе произошел сбой, то есть прервался информационный поток и за этим последовали дополнительные издержки, то они относятся именно на тот отдел, где прервался информационный поток, то есть «по месту возникновения затрат» [6].

Управленческий учет предоставляет возможность сравнить расходы аналогичных организационных единиц, выявить «слабые места» в организации процессов компании.

Для эффективного управления логистическими затратами необходимо выполнять следующие мероприятия:

- вести учет логистических затрат по видам деятельности;
- внедрить систему оценки логистических затрат;
- проводить анализ общих затрат на логистику;
- осуществлять внутренний контроль над логистическими затратами [5].

При формировании системы управленческого учета логистических издержек необходимо брать во внимание следующие требования:

- необходимость выделения затрат, возникающих в процессе реализации каждой логистической функции;

- необходимость ведения учета затрат по логистическим процессам для выявления специфических затрат, связанных с одним процессом, но возникающих в разных подразделениях;
- необходимость формирования информации о наиболее значимых затратах;
- необходимость формирования информации о характере взаимодействия наиболее значимых затрат друг с другом;
- недостаточность контроля только тех затрат, которые образуются в пределах одного предприятия. Необходимо выявлять затраты всех участников цепи поставок и выяснять механизм их образования и взаимную обусловленность.

Результаты контроля затрат на логистику следует представлять в виде внутренней управленческой отчетности, разработанной предприятием самостоятельно. Данные управленческой отчетности могут служить информационной базой для проведения логистического анализа и аудита [4]. Выделение, анализ и учет логистических затрат должны быть систематическими и скоординированными. Службы предприятия должны нести ответственность за учет логистических затрат, проводить анализ структуры и методов снижения данных издержек.

Применение методов управленческого учета позволяет минимизировать величину логистических затрат.

Список литературы

1. *Козлов В.К.* Производственная логистика (Логистика производства): Учеб. пособие / *В.К. Козлов, Е.С. Царева*. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013. 232 с.

2. *Моисеева Н.К.* Экономические основы логистики: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2008. 528 с. (Высшее образование).

3. *Мясникова Л.А.* Логистика: Учеб. пособие / *Л.А. Мясникова*. СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2013. 165 с.

4. *Никитенко И.В.* Управление инновационным развитием высокотехнологичных корпораций России: Монография / *И.В. Никитенко, Т.М. Рогуленко, С.В. Пономарева*. М.: Изд-во «Русайнс», 2015. 200 с.

5. *Ангадаева Е.* О формировании системы учета логистических затрат предприятия [Электронный ресурс] // Управленец. 2014. Вып. №4(50). Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/o-formirovanii-sistemy-ucheta-logisticheskih-zatrat-predpriyatiya.

6. *Денисова Д.* Наука антизатратной логики [Электронный ресурс] // Эксперт. 2005. №15. 18 апр. Режим доступа: http://expert.ru/expert/2005/15/15ex-logist_5387.

УДК 332.146.2

Шульженко Татьяна Геннадьевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ПРИНЦИПЫ ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ КОГНИТИВНЫМ КАПИТАЛОМ РЕГИОНА

Аннотация. В статье раскрыта содержательная сущность понятия «когнитивный капитал» как ресурса процесса инновационного развития региона, обоснована целесообразность применения аппарата методологии логистики к управлению потоками ресурсов в рассматриваемой системе. Представлен подход к управлению процессом инновационного развития региона, интегрирующий положения процессной и логистической концепций управления, с последующей детализацией контура управления когнитивным капиталом.

Ключевые слова: инновационное развитие региона, когнитивный капитал, принципы логистического управления.

Shulzhenko Tatiana, G.
Saint-Petersburg State University of Econimics

REGIONAL COGNITIVE CAPITAL MANAGEMENT BASED ON THE PRINCIPLES OF LOGISTICS

Abstract. The article deals with the substantive nature of the concept of "cognitive capital" as a resource of innovative development of the region, the expediency of application of the apparatus of the methodology of logistics to manage the flow of resources in the system. The approach to management of innovative development of the region, integrating the provisions of the process and logistics management concepts, with subsequent detailing of the control loop cognitive capital.

Keywords: innovative development of the region, cognitive capital, the principles of logistics management.

Формирование экономической политики управления регионом заключается в создании необходимых условий для обеспечения его экономического развития. Предварительный анализ разработанных концепций экономического роста, представленных в научной литературе, позволяет сделать ряд предварительных замечаний:

− во-первых, в современных экономических системах макро- и мезоуровня выявляется тесная взаимосвязь между уровнями их экономического и инновационного развития;

− во-вторых, развитие сферы получения нового знания становится критически необходимым для обеспечения экономического роста по инновационному типу, что доказывается на основании концепции эндогенного роста (например, модели П. Ромера);

− в-третьих, изучение положений теории технологических укладов указывает на необходимость наличия механизмов внедрения идей и разработок исследовательского сектора, превращения их во внедренные новшества, т.е. инновации.

© Шульженко Т.Г., 2017.

Таким образом, можно отметить, что достижение целей инновационного, а следовательно, и экономического развития региона в значительной степени определяется использованием человеческих ресурсов. Проблема заключается в том, что концепции «человеческого капитала» и «интеллектуального капитала» не позволяют в полной мере учесть особенности и требования современного этапа экономического развития. На наш взгляд, на сегодняшний день целесообразно ориентироваться на понятие «когнитивного капитала». Рассмотрим характеристики данного понятия.

Авторы [7. С. 167] предлагают рассматривать когнитивный капитал как «результат воздействия человеческого капитала на накопленный интеллектуальный капитал и технологии». Очевидно, представленное определение достаточно обобщенно трактует понятие «когнитивный капитал» и сводится к формированию нового знания на основе существующих, накопленных знаний. Д. Белл в рамках своей концепции постиндустриального общества утверждал, что «когда знание в своей систематической форме вовлекается в практическую переработку ресурсов (в виде изобретения или организационного усовершенствования), можно сказать, что знание, а не труд, выступает источником стоимости» [4. С. 7]. Таким образом, понимание знания, заложенное Беллом, становится источником формирования цены, т.е. когнитивный капитал становится основой ценообразования на современном этапе развития экономики. Подобной точки зрения придерживается Е.Н. Акерман [1. С. 5], утверждающий, что в производственном цикле постиндустриального общества человеческий капитал (труд) рождает знание (интеллектуальный капитал), а знание в свою очередь рождает стоимость (когнитивный капитал).

Таким образом, для прироста когнитивного капитала необходимо вбирать не только человеческий, но и интеллектуальный в виде суммы накопленных знаний и технологий. Кроме того, производственный цикл когнитивного капитала включает на конечном этапе материализацию результатов, в этом случае учитываются параметры физического капитала. Следовательно, создание и приращение когнитивного капитала требуют в разной пропорции задействования человеческого, интеллектуального и физического капитала.

Резюмируя представленные рассуждения, предлагается рассматривать когнитивный капитал как результат приложения накопленного нематериального фундаментального знания и интеллектуальной деятельности человека, выражающийся в генерации инноваций, идей, изобретений или совершенствовании техники и технологий, в том числе эндоресурсных, а также их реализации в форме конечного продукта для обеспечения экономического развития.

При формировании общей логики управления когнитивным капиталом региона, на наш взгляд, следует принимать во внимание его дуальную сущность: с одной стороны, когнитивный капитал может рассматриваться в качестве ресурса системы (процесса) более высокого уровня – процесса инновационного развития региона, с другой стороны – обладает признаками, присущими

любой форме капитала, следовательно, подвержен процессам накопления и расходования. Учитывая соподчиненность задач управления когнитивным капиталом общей проблеме инновационного развития региона, предлагается начальным этапом формирования модели управления когнитивным капиталом рассматривать разработку общего подхода к управлению инновационным развитием региона.

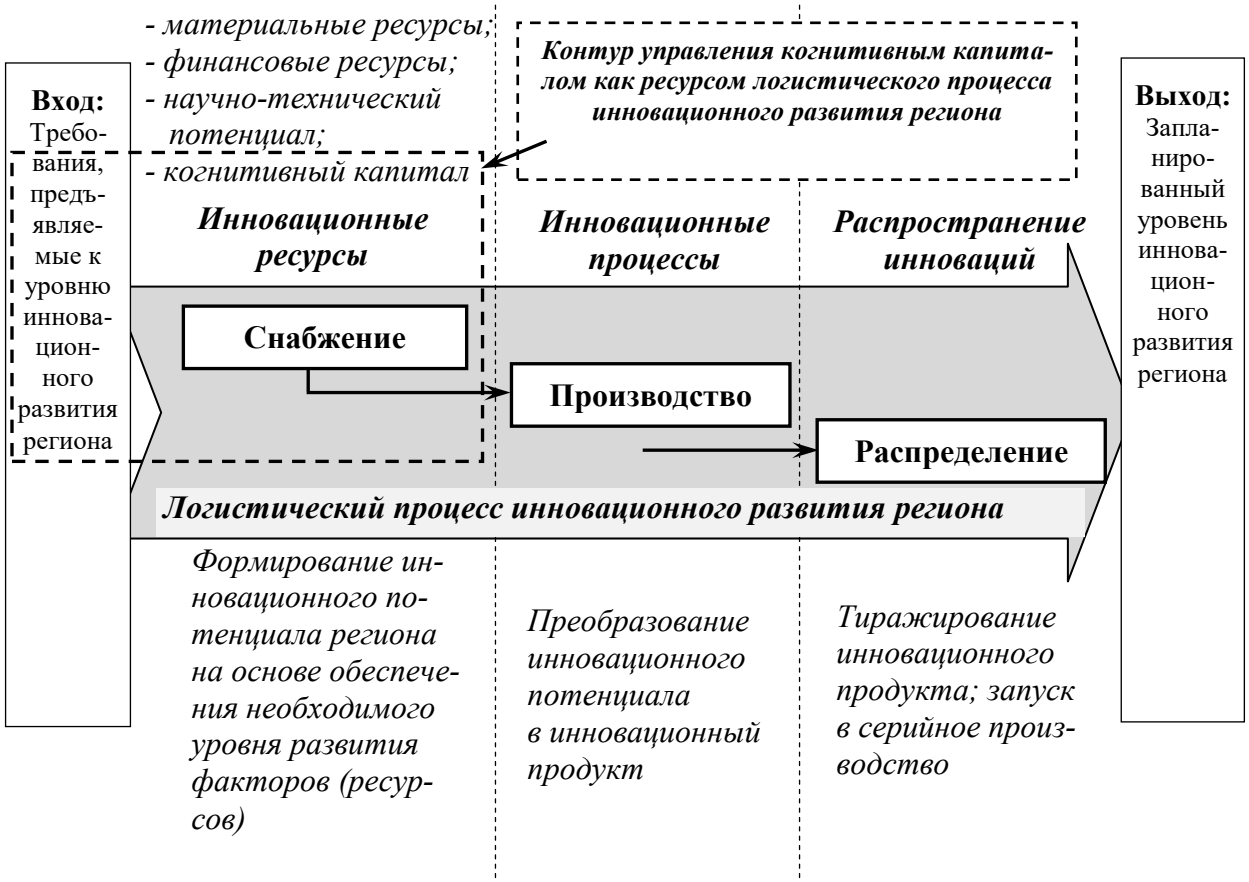


Рис. 1. Интегрированный подход к управлению инновационным развитием региона

На наш взгляд, при решении указанной задачи перспективным является применение интегрированного подхода на основе сочетания процессной и логистической концепций (рис. 1), в рамках которого:

– выделяются основные атрибуты процессного подхода к управлению:

- основной процесс – процесс инновационного развития региона (с возможностью последующей декомпозиции на подпроцессы);
- входы и выходы процесса. В частности, согласно менеджерской концепции процессной модели в качестве «входа» рассматриваются требования, предъявляемые к уровню инновационного развития региона; «выход» определяется достижением запланированного значения рассматриваемого показателя;

- ресурсы, необходимые для выполнения основного процесса – материальные, финансовые ресурсы, научно-технический потенциал и когнитивный капитал региона;
- владелец процесса – региональный орган исполнительной власти;

– выделяются атрибуты логистического подхода к управлению:

- элементы функциональной структуры логистической системы инновационных продуктов – функциональные области логистики: комплекс задач функциональной области «снабжение» определяется формированием инновационного потенциала региона на основе обеспечения необходимых параметров ресурсов; «производство» – функциями преобразования инновационного потенциала в инновационные продукты; «распределение» – распространением (тиражированием) инновационных продуктов (например, применительно к продуктовым инновациям – запуск в серийное производство);
- потоки ресурсов различных видов.

Преимущества предлагаемого подхода проявляются, во-первых, в возможности формализации на основе процессной концепции взаимосвязей между целевыми значениями показателя (показателей) инновационного развития региона, параметрами рассматриваемого процесса и необходимым уровнем ресурсов с последующим формированием их эталонных значений; во-вторых, в возможности использовать хорошо развитый аппарат методологии логистики при управлении потоками ресурсов по мере реализации процессов инновационного развития для поддержания его параметров в рамках эталонного диапазона значений.

Содержание последующего этапа формирования модели управления когнитивным капиталом определяется декомпозицией контура управления когнитивным капиталом как ресурсом логистического процесса инновационного развития региона на отдельные элементарные составляющие (рис. 2).

Особенность предлагаемого подхода заключается в формировании стратегии управления когнитивным капиталом региона с позиции теории управления запасами, в частности, на основе использования алгоритма выбора стратегий управления запасами [5. С. 58].

Вместе с тем, при разработке мероприятий по управлению когнитивным капиталом следует принимать во внимание сложности в формализации их влияния на величину Индекса когнитивного капитала, принятого в качестве основного измерителя рассматриваемого ресурса инновационного развития. Направление дальнейших исследований определяется решением следующих задач: адаптация методов определения параметров стратегии управления запасами когнитивного капитала, параметров его пополнения для различных сценариев инновационного развития региона.

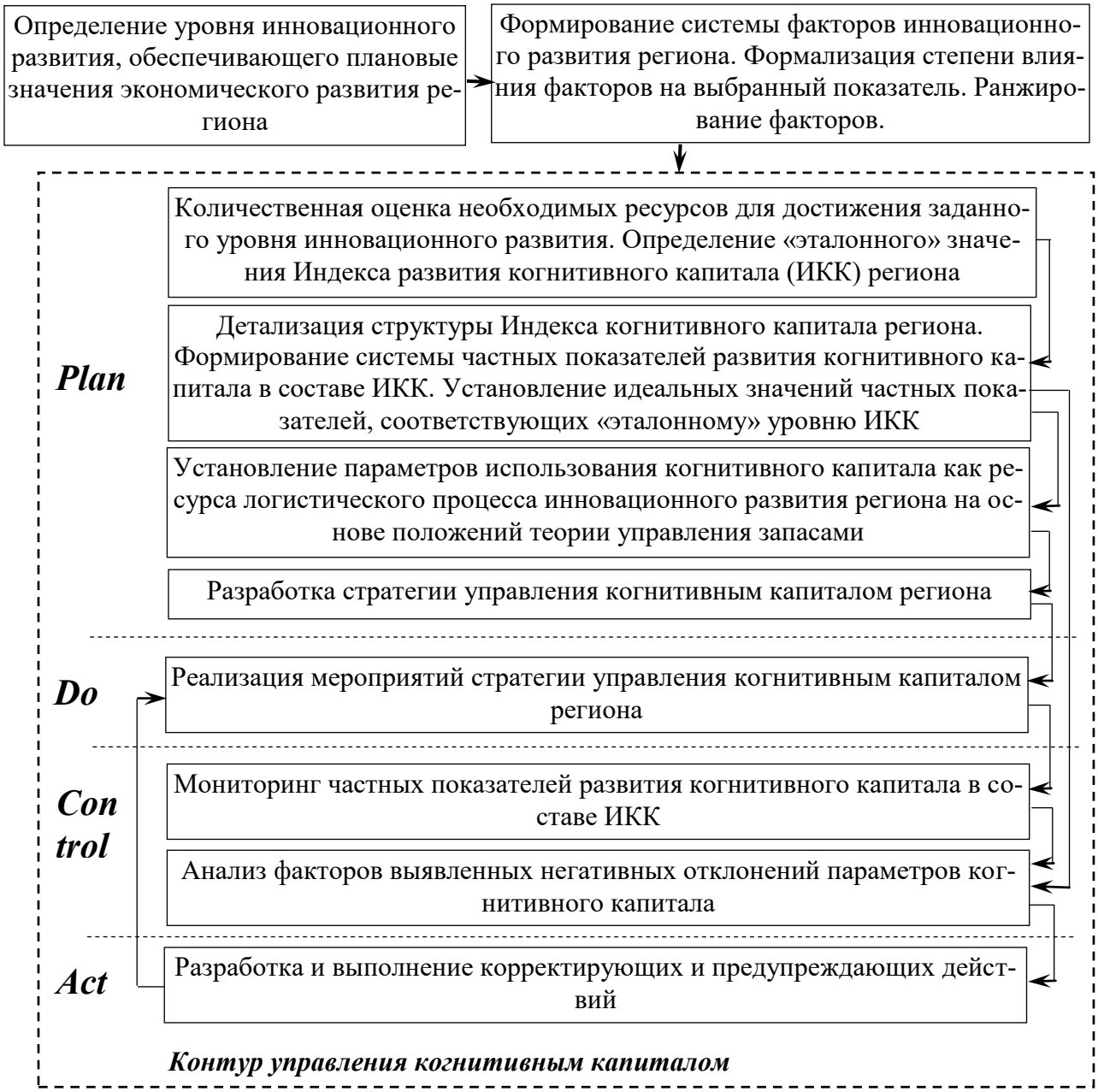


Рис. 2. Контур управления когнитивным капиталом
как ресурсом логистического процесса инновационного развития региона

Список литературы

1. *Акерман Е.Н.* Особенности формирования и использования интеллектуального капитала в условиях развития «новой экономики» // Вестник Томского государственного университета. Серия: Экономика. 2011. №1(13). С. 5-8.

2. *Бурук А.Ф.* Сущность и виды экономического развития, инновационная составляющая в обеспечении экономического роста // Интерэкспо Гео-Сибирь. Вып. 1. Т. 6. 2015. С. 117-123.

3. *Егорова А.А.* Экономическая теория об инновационном пути развития // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. №19(273). С. 32-37.

4. *Литвак Н.В.* К вопросу о классификации концепций информационного общества // Социологические исследования. 2010. №8. С. 3-12.

5. *Лукинский В.В.* Актуальные проблемы формирования теории управления запасами: Монография. СПб.: СПбГИЭУ, 2008. 213 с.

6. *Макаров П.Ю.* Управление интеллектуальным капиталом региона: монография. М.: РИОР: ИНФРА-М, 2015. 152 с.

7. *Рожественская Е.М., Цитленок В.С.* Государственно регулируемый конкурентно-рыночный порядок как категория экономики, основанной на знаниях // Вестник Томского государственного университета. 2015. №390. С. 161-170.

УДК 658.7

Щербаков Владимир Васильевич
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ТЕНДЕНЦИИ АКТУАЛИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПЛАТФОРМ

Аннотация. Раскрываются тенденции построения производственных цепочек, конфигурирования и маршрутизации потоков товародвижения в евразийском экономическом пространстве, развития цифровых технологий, обусловливающие, в связности, формирование логистических платформ. Определяются технологическое и управленческое содержание логистической платформы, ее роль в становлении умной логистики посредством реализации адекватных бизнес-моделей на корпоративном и государственном уровнях.

Ключевые слова: логистическая платформа, производственная цепочка, межотраслевое и межрегиональное кооперирование, цифровые технологии, умная логистика, бизнес-модель.

Scherbakov Vladimir, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

TRENDS IN THE ACTUALIZATION OF LOGISTICS PLATFORMS

Abstract. Tendencies of construction of production chains, configuration and routing of commodity circulation flows in the Eurasian economic space and the development of digital technologies are revealed, which determine the formation of logistic platforms in the coherence. The technological and managerial content of the logistics platform, its role in the formation of smart logistics through the implementation of adequate business models at the corporate and state levels.

Keywords: logistics platform, production chain, interbranch and interregional cooperation, digital technologies, intelligent logistics, business model.

Настоящая публикация подготовлена в развитие идеи, которая констатирует, что начало второго десятилетия XXI века ознаменовалось созданием в нашей стране 32 технологических платформ [8]. В их составе, однако, не обнаружилось напрямую связанных с проблематикой логистики. Наиболее близкой к логистике явилась платформа «Технологии транспорта», где разрабатываются два направления: (1) – высокоскоростной интеллектуальный железнодорожный транспорт; (2)

© Щербаков В.В., 2017.

– применение инновационных технологий для повышения эффективности строительства, содержания и безопасности автомобильных и железных дорог. Однако в свете стратегических приоритетов развития народнохозяйственного комплекса становится очевидной необходимость создания специализированной логистической платформы федерального значения, структурированной по отраслевому, региональному, кластерному, корпоративному признакам.

В обобщенном смысле, технологическая платформа – это коммуникационный инструмент, направленный на активизацию усилий по созданию перспективных технологий, новых продуктов (услуг), на привлечение дополнительных ресурсов для проведения исследований и разработок на основе участия всех заинтересованных сторон (бизнеса, науки, государства, гражданского общества), совершенствование нормативно-правовой базы в области научно-технологического, инновационного развития. Апеллируя к предметно-содержательным особенностям логистики как технологии управления потоковыми процессами в экономике можно предположить, что логистическая платформа, сохраняя признаки технологической платформы, должна сделать акцент на усилении управленческой компоненты в организации цепей поставок, повышении роли информационно-коммуникационных технологий в обеспечении эффективного товародвижения.

Аргументами в пользу данного предложения служат реально складывающие тенденции экономического развития, в том числе в новых геополитических, физико-географических и научно-технологических условиях, включая следующие.

1. Формирование консолидированной политики управления экономикой страны, ориентированной на встраивание локальных (региональных) предприятий в производственные цепочки. В настоящее время практика построения таких цепочек носит ограниченный характер, хотя и имеет показательные примеры. Так, предприятие «Русская кожа» из Рязани поставляет продукцию компании «Сибеко» в Свердловской области, которая выпускает современные сиденья для железнодорожного и автомобильного транспорта. Другое кожевенное предприятие – ВКП-ЛТ из Смоленской области поставляет сырье компании «Паритет», которое производит спецобувь для работы на сложных промышленных объектах и в экстремальных климатических условиях. Людиновский тепловозостроительный завод предполагает использовать дизельный двигатель нового поколения ДМ-185 Уральского дизель-моторного завода при производстве магистрального тепловоза для восточных регионов России. Такими примерами организации поставок возрождается отечественный опыт научно-производственного кооперирования в интересах ликвидации барьеров замкнутости регионов, создания инновационных комплексов экосистемного типа, способных вывести национальную экономику на принципиально новый технологический уклад [4]. Дальнейшее развитие межотраслевой и межрегиональной кооперации, предполагающей расширение производственных цепочек до глобальных масштабов, видится в создании отечественных транснациональных корпораций на основе интеграции добывающих и обрабатывающих отраслей экономики.

2. Запуск новых государственных программ с выраженной логистической составляющей. Соответствующий пример дает новая версия государственной программы развития Арктической зоны до 2025 года. Основная ее идея связывается с созданием «опорных зон» в арктических регионах, которым федеральный центр будет оказывать финансовую поддержку в реализации проектов промышленной, транспортной, социальной инфраструктуры. Задача опорных зон видится в развитии транспортного потенциала Северного морского пути и наращивании экспорта транспортных услуг на базе круглогодичных морских и речных хабов. Предполагается выделить по одной опорной зоне в каждом субъекте Арктики: Кольская, Архангельская, Ненецкая, Воркутинская, Ямало-Ненецкая, Таймыро-Туруханская, Северо-Якутская и Чукотская, каждая из которых будет иметь свою специфику для более точечного направления средств из бюджета (на финансирование госпрограммы Минэкономразвития запрашивает из бюджета 210 млрд руб.).

Якорными проектами большинства таких зон (в Уральской, Сибирской и Дальневосточной частях Арктической зоны) станут минерально-сырьевые центры – совокупность месторождений, связанных общей инфраструктурой и имеющих единый пункт отгрузки добываемого сырья в федеральную или региональную транспортную систему для доставки потребителям. По итогам реализации программы ожидается прирост доли валового регионального продукта, произведенного в Арктической зоне, и экспорта произведенных там товаров. Разработчики рассчитывают на снижение доли импортной продукции для освоения месторождений полезных ископаемых: в 2017 году она составит 85%, в 2020 – 65%, а к 2025 году снизится до 50% [1].

Связность этой тенденции с предыдущей должна проявиться в конфигурировании производственных цепочек и маршрутизации потоков товародвижения: «Арктика – Урал – Сибирь – Казахстан – Китай – Индия – Пакинстан» при гармонизации промышленных и торговых политик на уровне государств и крупных бизнес-структур [5, 9].

3. Развитие информационно-коммуникационных технологий в логистике, реализация проектов цифровой (умной) логистики (Smart Supply Chain). Начальный этап развития цифровых технологий имел, как известно, своим приложением сектор «B2C» (розничная торговля, телеком, медиа-индустрия); современный этап соотносится с активной интернетизацией индустриальных и инфраструктурных секторов «B2B» и «B2B2C» (промышленность, строительство, транспорт и др.) [3]. Он характеризуется развитием информационных платформ кросс-отраслевого значения, поддерживающих интегрированный аппаратно-программно-сервисный бизнес, формированием новых бизнес-моделей как на корпоративном, так и на государственном уровнях.

В целом это приводит к качественным подвижкам, составляющим феномен «интернета вещей» (Internet of Things, IoT):

- горизонтальная и вертикальная связность бизнес-процессов и бизнесов;
- сквозные процессы от заказа, проектирования и производства продуктов до их сбыта и послепродажного обслуживания;

- доминирование на рынке комплексных платформ и экосистем;
- программирование развития бизнеса (платформ, бизнес-процессов);
- кооперация как основа развития платформ и экосистем новой экономики: «нишевые приложения – сервисы – платформы – экосистемы»;
- рост эффективности и производительности труда от внедрения информационных технологий, освоения новых бизнес-моделей [7].

По данным IoT Analytic, к середине 2016 года в мире анонсировано около 640 публичных проектов IoT в корпоративном секторе (реальное число проектов, находящихся в разработке, оценивается на порядок выше – от 7 до 10 тысяч), из которых на промышленный интернет приходится 141 проект (22%) умный город – 128 (20%), умную энергетику – 80 (13%), столько же занимают умные автомобили, далее следуют умное сельское хозяйство (8%), умный дом и телемедицина (по 5%). Умная логистика, наравне с умной торговлей, завершает рейтинг проектов интернета вещей [7. С. 17], однако ожидаемые перспективы ее роста напрямую связываются с лидирующей позицией промышленного интернета (Connected Industry), технологии которого позволяют автоматизировать бизнес-процессы от производства комплектующих до электронного заказа и доставки продукции конечному потребителю. Промышленный интернет решает задачу автоматизации производства путем монтирования различных блоков автоматизации с помощью киберфизических систем в систему управления производственной цепочкой, включая проектирование. Дальнейшая судьба системы решается встраиванием производственной цепочки в автоматизированную систему заказа продукции, дистрибуции и обслуживания – развитие цепочки «вправо». Комплекс отработанных таким образом платформенных решений позволит выпускать кастомизированную продукцию под заказ и гибко изменять номенклатуру и характеристики продукции в соответствии с требованиями заказчика. Развитие цепочки «влево» происходит на линии взаимодействия производства и поставки комплектующих, в результате чего поставщики оказываются встроенными в процесс производства продукции и могут гибко адаптироваться к требованиям конечного заказчика. Вся информация о бизнес-процессах на протяжении жизненного цикла продукции будет накапливаться в облаке, обрабатываться и формировать аналитику для оптимизации работы, повышения эффективности бизнеса, качества продукции и услуг.

Нетрудно предвидеть, что такое изменение бизнес-моделей повлечет за собой становление новых гибридных промышленно-сервисных гигантов, которые будут выпускать продукцию (компьютеры, серверы, телекоммуникационное оборудование и т.п.), содержать мощную сетевую и компьютерную инфраструктуру и одновременно разрабатывать программные продукты и сервисы, осуществлять обслуживание клиентов, действуя при этом в режиме перманентного инновационного развития. Новыми лидерами станут не просто платформы для дистрибуции различных видов продукции и услуг, а замкнутые экосистемы полного цикла производственно-сбытового обслуживания.

Реальность перспектив умной логистики доказывают результативные проекты из мировой практики, которые отрабатывают одновременно и способы освоения новых бизнес-моделей. Так, компания Harley Davidson, производящая

мотоциклы, столкнувшись с проблемой медленной реакции на запросы потребителей со стороны дилеров, с 2009 по 2011 год провела масштабную реконструкцию своих промышленных площадок, в результате чего была создана единая сборочная площадка, выпускающая модельный ряд с возможностью кастомизации более чем из 1300 опций [7. С. 17].

По форсайт-оценкам экспертов в России эксплерентами внедрения технологий интернета вещей должны стать системные интеграторы. Среди компаний, которые уже сегодня работают в этом секторе, являются «Айтеко», «Сибинтек», «Техносерв», Revolta Engeniring. Результативные проекты промышленного интернета на металлургических предприятиях осуществила компания Yandex Data Factory, которая занимается оптимизацией бизнес-процессов на основе анализа больших данных, собранных с датчиков оборудования производственных предприятий.

Следует отметить, что описанная тенденция предоставляет возможности цифровой поддержки отраслей, прежде всего, обладающих потенциалом сетевой кооперации. Этот аспект освоения новых бизнес-моделей был отмечен включением вопроса о стратегии формирования цифрового пространства (оцифровки единого экономического пространства) стран-участниц ЕАЭС в свете расширения интеграционных процессов в повестку дня заседания Евразийского межправительственного совета 7 марта 2017 года [6].

Очевидно, что необходимость адаптации к новым экономическим тенденциям, представленным здесь в связности, не исчерпывает всех потребностей в создании логистических платформ, и вместе с тем конкретизирует постановку задачи: логистическая платформа должна быть одновременно и технологической, призванной осуществлять инфраструктурное обеспечение, и управленческой, целевая направленность и внутреннее единство которой обеспечиваются посредством автоматизации бизнес-процессов и процессов управления в логистике.

Создание логистических платформ открывает перспективы для расширения сетевого кооперирования и координации на принципах оптимизации, содействует переходу бизнес-структур на международные стандарты качества в сфере логистики.

Список литературы

1. *Крючкова Е.* Северный плюс // Коммерсантъ. 2017. 27 февр. С. 1.

2. *Силкина Г.Ю.* Рынки ИКТ: инновационная активность и восприимчивость к инноватике // Экономика и предпринимательство. 2016. № 7(72). С. 55-61.

3. *Силкина Г.Ю., Шевченко С.Ю.* Инновационные процессы в экономике знаний. Анализ и моделирование. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2014. 156 с.

4. *Скоробогатый П.* Кадровая ротация как пролог к новой экономической политике // Эксперт. 2017. №8(1018). С. 13-19.

5. Транс-Евразийская логистическая платформа: практика, продукты, рынки / Торгово-промышленная палата РФ. Комитет по логистике [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.eurasiancommisison.org/ru/act/dmi/workgroup/Documents/… (дата обращения 09.03.2017).

6. Цифровая повестка и поддержка отраслей, обладающих максимальным интеграционным потенциалом: итоги Евразийского межправительственного совета [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.eurasiancommisison.org/ru/naenews/Pages/7-03-2017-3.aspx (дата обращения 09.03.2017).

7. *Шеховцев М.* Что сулит миру мир интернет-вещей // Эксперт. 2016. №48(1009). С. 15-24.

8. *Щербаков В.В.* Логистика как конвергентная технология современного менеджмента // Современный менеджмент: проблемы и перспективы: Сб. статей. В 2-х ч. Ч. 2 / Ред. колл.: *А.Е. Карлик* (отв. ред.). СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. С. 540-545.

9. *Щербаков В.В., Шевченко С.Ю.* Гармонизация торгово-промышленных взаимодействий в евразийском макроэкономическом регионе // Маркетинговая архитектура и эффективность евразийской экономики: Колл. монография / Под науч. ред. *Г.Л. Багиева, И.А. Максимцева.* СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. С. 82-99.

УДК 658

Юрченко Зинаида Владимировна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО РЕГИОНА РОССИИ

Аннотация. В статье представлены основные направления инновационного развития транспортно-логистической инфраструктуры Северо-Западного Федерального округа, сформированные в результате выполненного анализа уровня инновационного развития транспорта в регионе (на примере автомобильного и водного транспорта), проблем дорожной инфраструктуры, процесса внедрения инноваций. На основе исследования потенциала международного сотрудничества в сфере трансграничного взаимодействия со странами Северной Европы и Балтии (Финляндия, Норвегия, Эстония) представлены перспективы обеспечения необходимых условий инновационного развития логистической инфраструктуры в ходе реализации совместных проектов.

Ключевые слова: инновационное развитие, транспортно-логистическая инфраструктура, кластер, транспортно-логистический центр.

Yurchenko Zinaida, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

PROSPECTS FOR INNOVATION TRANSPORT AND LOGISTICS INFRASTRUCTURE NORTHWEST REGION OF RUSSIA

Abstract. This article presents the main directions of innovative development of transport and logistics infrastructure of the Northwest Federal District, formed as a result of the analysis of the level of transport's innovative development in the region (for example, road and water transport), road infrastructure problems, the process of innovation. On the basis of research potential of international cooperation in the field of cross-border cooperation with the countries of Northern Europe and the Baltic States (Finland, Norway, Estonia) present the prospects of ensuring necessary conditions for an innovative logistics infrastructure development in the implementation of joint projects.

Keywords: innovative development, transport and logistics infrastructure, a cluster of transport and logistics center.

© Юрченко З.В., 2017.

Логистическая инфраструктура Северо-Западного Федерального округа (СЗФО) – это важнейший элемент транспортного комплекса России. Ее функционирование обеспечивает более 40% внешнеэкономического грузооборота страны. Основу транспортно-логистической инфраструктуры Северо-Западного региона России составляют транспортные комплексы Санкт-Петербурга и Ленинградской области с развивающимися портовыми комплексами в Приморске, Усть-Луге, Высоцке, морские порты Калининграда, Мурманска и Архангельска, Северный морской путь, Волго-Балтийская транспортная система [1].

Процесс развития транспортно-логистической инфраструктуры СЗФО весьма динамичен, протекает в условиях непрерывно изменяющейся рыночной среды, вместе с тем, капиталоемок и стратегически важен с точки зрения экономического развития региона и страны в целом. В связи с этим, задача установления стратегических приоритетов развития транспортно-логистической инфраструктуры СЗФО является значимой и актуальной.

Экономические положение региона во многом зависит от выполнения программ развития транспортно-логистической инфраструктуры округа. При этом важно обеспечить комплексный характер указанных программ, увязывающий отдельные элементы и направления инновационного развития логистической инфраструктуры в составе единой концепции для решения проблемы максимального использования транспортно-транзитного потенциала Северо-Западного Федерального округа.

В последнее время все большую важность приобретают новые технологии, которые говорят о динамичном развитии транспортного комплекса страны. Информационные системы, транспортные технологии динамично развиваются на всех видах транспорта. Их введение поможет осуществить ряд задач – организация дистанционного мониторинга транспортных потоков, создание многофункциональных ситуационных центров. Но в то же время появляется ряд недостатков, которые препятствуют грамотному развитию транспортной системы.

Инновационное развитие автомобильного транспорта на Северо-Западе России приводит к ряду возникающих проблем. Резкий рост количества транспортных средств с высокими динамическими характеристиками приводит к увеличению нагрузки на дорожную сеть, не предусмотренную плановыми эксплуатационными характеристиками, и, как следствие, возникновению транспортных заторов с последующим сокращением скорости транспорта. Указанные процессы приводят к повышению требований по главным показателям потребительских свойств автомобильных дорог. Для увеличения пропускной способности основные инновации направлены на применение интеллектуальных транспортных систем, автоматизированных систем управления транспортными потоками и маршрутного ориентирования водителей.

Одной из основных проблем в региональном судостроении является проблема импортного замещения судовых механизмов. В настоящее время доля импортного оборудования, в зависимости от типа судна, составляет от 50% до

70% от общей стоимости оборудования судов. На территории Российской Федерации многие судовые механизмы не производятся, либо имеют комплектующие заграничного производства. Время изготовления и стоимость механизмов увеличивается из-за производства мелких партий под заказ. Эксплуатация старого оборудования (с высоким моральным и физическим износом) ведет к ухудшению качества, а отсутствие высокоточного оборудования на заводах не дает возможности изготовить детали необходимой сложности. Кроме того, по-прежнему нарушаются сроки поставки оборудования для судов, отсутствуют необходимые комплектующие изделия отечественного производства, ощущается нехватка квалифицированных кадров.

На региональном уровне благодаря осуществлению международных проектов взаимодействие между субъектами Северо-Запада России и регионами Финляндии, Норвегии и Эстонии приобретает стабильный характер, что может быть основой для появления проектов, направленных на инновационное развитие. Санкт-Петербург – это лидер на Северо-Западе России, а Финляндия – это страна, в рамках приграничного сотрудничества с которой было реализовано более 300 проектов, которые повысили товарооборот и имели явные социальные и экономические эффекты. Например, «Санкт-Петербургский коридор» – это проект стратегического развития бизнеса, инноваций, экологии, логистике, туризме, который находится между Финляндией (Юго-Восток) и Санкт-Петербургом и прилегающими областями [3. С. 230].

Взаимодействие Северо-Западного Федерального округа с Эстонией в рамках перспективного проекта предполагает формирование трансграничных инновационных кластеров. Были определены следующие потенциальные приграничные сферы сотрудничества: добыча топливно-энергетических полезных ископаемых; деревообработка; химическое производство; металлообработка; туризм; транспорт и связь; нефтепродуктов и ядерных материалов; производство машин и оборудования; строительство [5].

Сотрудничество Норвегии с Северо-Западом России и Норвегии в большей степени осуществляется по принципу взаимного дополнения. Российский рынок дает спрос, а со стороны Норвегии – предложение инноваций. Для регионов Северо-Запада данное международное взаимодействие служит объектом сотрудничества, рынком сбыта и источником опыта и идей по модернизации. Наиболее перспективными направлениями норвежско-российского сотрудничества в сфере инноваций с активным потенциальным интересом и участием регионов СЗФО являются разработка эффективных транспортных решений в регионе Баренцева моря, добыча и переработка нефти, газа, руды и минералов, сотрудничество в сфере рыбного хозяйства, промышленного производства и экологии.

Следует отметить, что в ряде субъектов СЗФО уровень развития инновационной инфраструктуры в сочетании с развитостью и интенсивностью связей трансграничного взаимодействия уже сегодня формирует основы трансграничных инновационных систем, перспективное развитие которых связано преиму-

щественно с реализацией крупных инвестиционных проектов в Баренцевом и Балтийском регионах. [2. С. 123]

С учетом перспективных экономических тенденций также возможен вариант формирования инновационного транспортно-логистического кластера СЗФО, предусматривающий развитие транспортно-логистического центра Европейской части Российской Федерации, специализирующегося на обработке высокотехнологичных грузов и создании дополнительной добавленной стоимости.

За счет реализации большого количества складских операций, логистических операций с грузами и предоставлении услуг по перевалке грузов, инновационный вариант развития позволит получить доходы и налоговые платежи. Решение проблемы создания добавленной стоимости, в первую очередь, связно с изменением структуры грузопотоков в сторону увеличения доли высокодоходных, наиболее технологичных и экологически «чистых» грузов. Особая роль в этом процессе отводится задаче переориентации деятельности транспортно-логистического комплекса СЗФО, в первую очередь, Большого порта Санкт-Петербурга, с работой которого связано 43% грузовой работы наземных видов транспорта, на потребности в транспортировке и логистике высокотехнологичных грузов для постиндустриальной экономики России [6].

Результаты формирования на базе Санкт-Петербурга национального транспортно-логистического и распределительного центра Европейской части России связаны со следующими эффектами:

- высокие прогнозные темпы роста объема рынка транспортно-логистических услуг;
- положительное изменение величины и структуры доходов регионального бюджета, что связано с сокращением доли доходов от транспортной деятельности; налогов, от которых не ориентированы на региональный бюджет, так как многие перевозчики зарегистрированы в других субъектах Российской Федерации или в других странах, при увеличении доходов от логистической и терминально-складской деятельности, поступающих в большей степени в бюджет Санкт-Петербурга;
- рост объема услуг добавленной стоимости;
- привлечение дополнительных частных инвестиций [4. С. 132].

Таким образом, реализация инновационного варианта развития Северо-Западного Федерального округа потребует внедрения инновационных методов управления, включающих создание современных терминально-логистических комплексов, развитие услуг добавленной стоимости, внедрение электронных систем управления движением транспортных потоков, применение новых технологий и механизмов, позволяющих повысить производительность и качество услуг для всех потребителей.

Список литературы

1. Министерство транспорта РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.mintrans.ru/activity/transport_of_russian/2487/ (дата обращения 24.02.2017).

2. *Егоров О.И., Чигаркина О.А.* Зарубежный опыт региональной науки, региональной политики и территориального развития // Регион: экономика и социология. 2006. 343 с.

3. *Максимов В.В.* Государственно-частное партнерство в транспортной инфраструктуре. М.: Алпина, 2010. 234 с.

4. *Шульженко Т.Г.* Актуальные проблемы управления терминально-логистическими комплексами в цепях поставок: Монография. СПб.: СПбГИЭУ, 2011. 279 с.

5. *Бударгин Г.* Еврорегионы с участием России: история создания и перспективы развития // 4CS. Ru: Эксперты для гражданского общества. [Электронный ресурс 2009]. Режим доступа: http://www.4cs.ru/materials/publications/wp-id_620/ (дата обращения: 25.02.2017).

6. *Кизим А.А., Сивушкина О.А.* Инновации как ключевой вектор развития логистических процессов // Теория и практика общественного развития: [Электронный ресурс 2013]. Режим доступа: http://teoriapractica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2013/1/ekonomika/kizimsivushkina.pdf (дата обращения 24.02.2017).

Раздел V
Стратегические проблемы развития предприятий на макро-, мезо- и микроуровне

УДК 336

Алексеевский Сергей Юрьевич
Косоногова Екатерина Сергеевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ПОТЕНЦИАЛ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ДЛЯ КРУПНЫХ КОРПОРАТИВНЫХ СУБЪЕКТОВ

Аннотация. Целью исследования является исследование теоретических и методических аспектов формирования социальной отчетности, а также выработка рекомендаций по развитию подходов к ее подготовке у крупных корпоративных субъектов. Объектом исследования является процесс формирования социальной отчетности корпоративного субъекта. Предметом исследования является методика формирования социальной отчетности, а также направления и способы ее совершенствования. В результате проведенных исследований разработаны рекомендации в части развития подходов к подготовке формирования социальной отчетности у крупных корпоративных субъектов.

Ключевые слова: социальная отчетность, устойчивое развитие, социальная политика.

Alekseevskiy Sergey, Y.
Kosonogova Ekaterina, S.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE POTENTIAL USE OF NON-FINANCIAL REPORTING FOR LARGE CORPORATE ENTITIES

Abstract. The aim of the research is to study theoretical and methodological aspects of formation of social reporting, as well as you the development of recommendations for the development of approaches to its preparation in large corporate entities. The object of research is process of formation of social reporting the corporate entity. The subject of research is the method of formation of social reporting, as well as directions and ways of its improvement. As a result of the research recommendations in the development of approaches to enhance the formation of social accountability from major corporate actors.

Keywords: social reporting, sustainable development, social policy.

Исследуемая проблема формирования социальной отчетности крупных корпоративных субъектов представляет собой актуальное направление исследования как с точки зрения особой значимости для общества данной области, так и с точки зрения новых перспектив развития методологии и инструментария учета и представления информации о деятельности предприятия [2]. Необходимость научно-практических исследований теоретических положений и ор-

[94] Косоногова Е.С., Алексеевский С.Ю., 2017.

ганизационных положений формирования и представления социальной отчетности, изучения и обобщения перспектив ее развития и выработки рекомендаций обуславливает актуальность научного направления.

За последние 10 лет в Российской Федерации имеет место тенденция увеличения количества экономических субъектов, составляющих отчетность о социальной активности. По данным отчета Российского Союза Промышленников и Предпринимателей (далее РСПП), за 2015 год 22% российских фирм составляли годовую отчетность в соответствии с международным стандартом AA1000, 41% – согласно европейским директивам GRI и более 20% российских фирм представляли сведения о социальной активности в свободной форме [3, 4]. Это связано как с трудностями интегрирования международных стандартов социальной активности в России, так и с отсутствием государственной мотивации экономических субъектов. На рис. 1 приведены показатели количества отчетов, представленных в Российском Союзе предпринимателей и промышленников, начиная с 2000 года по 2016 год.

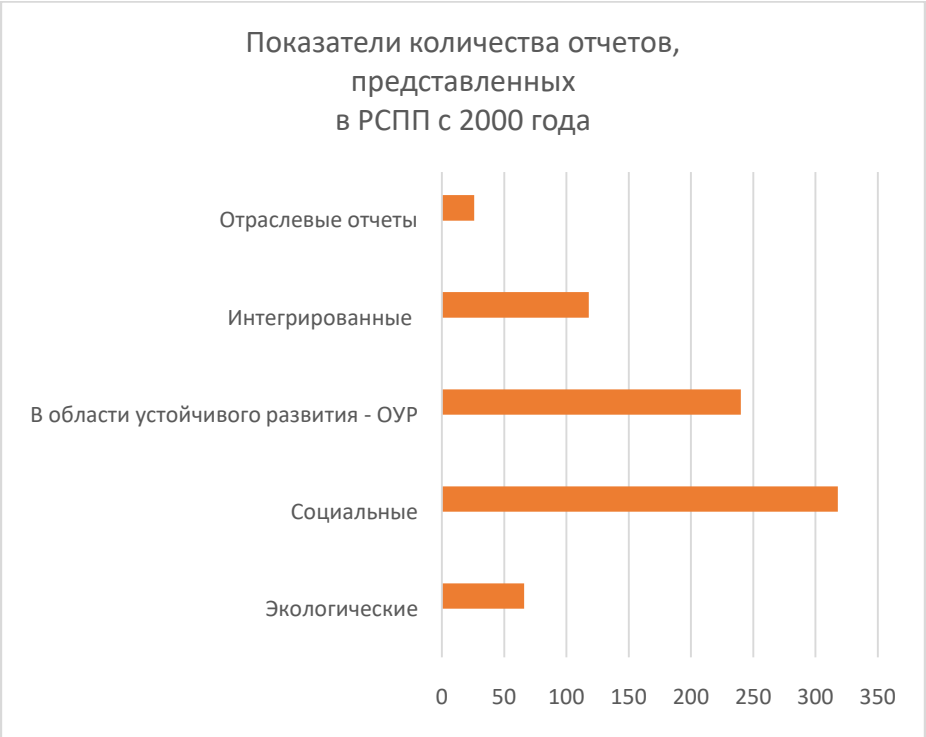


Рис. 1. Показатели количества отчетов нефинансовой отчетности, начиная с 2000 года, опубликованные в базе данных РСПП
Источник: данные Российского Союза предпринимателей и промышленников (http://xn--o1aabe.xn--p1ai/simplepage/475)

Данные свидетельствуют о том, что процесс представления социальных отчетов непрерывно нарастает и культура социализации бизнес, а также развитие социально-ориентированного поведения характерно для российской практики. В составе отчетов, представляемых в рамках РСПП, имеют место:

- отраслевые отчеты;
- интегрированные отчеты;

- отчеты в области устойчивого развития;
- социальные;
- экологические.

Социальные отчеты, характеризующие в наибольшей степени уровень развития социальной составляющей представлены на сайте в количестве 315. В течение 16 лет количество поданных отчетов увеличивалось с течением времени.

Увеличение количества отчетов связана как с развитием за последние десятилетия культуры ведения бизнеса, так и активизацией деятельности РСПП и других органов регулирования и развития предпринимательской деятельности с целью популяризации международных и национальных стандартов в области социальной ответственности и представления ее показателей.

Среди нефинансовых отчетов, составленных по международным стандартам преобладают социальные отчеты. На рис. 2 приведена структура нефинансовых отчетов, начиная с 2000 года, опубликованных в базе данных РСПП, что свидетельствует о высокой значимости и популярности данного вида отчетности среди крупных корпораций. Так, на 2016 год в общей структуре нефинансовых отчетов социальные отчеты занимаю 42%, то есть почти половину от общего числа. Стремление крупных корпоративных субъектов раскрывать информацию о своих социальных обязательствах, социальных инвестициях и в целом о социально-ориентированном поведении является одним из ключевых трендов в развитии использования нефинансовой отчетности в России.

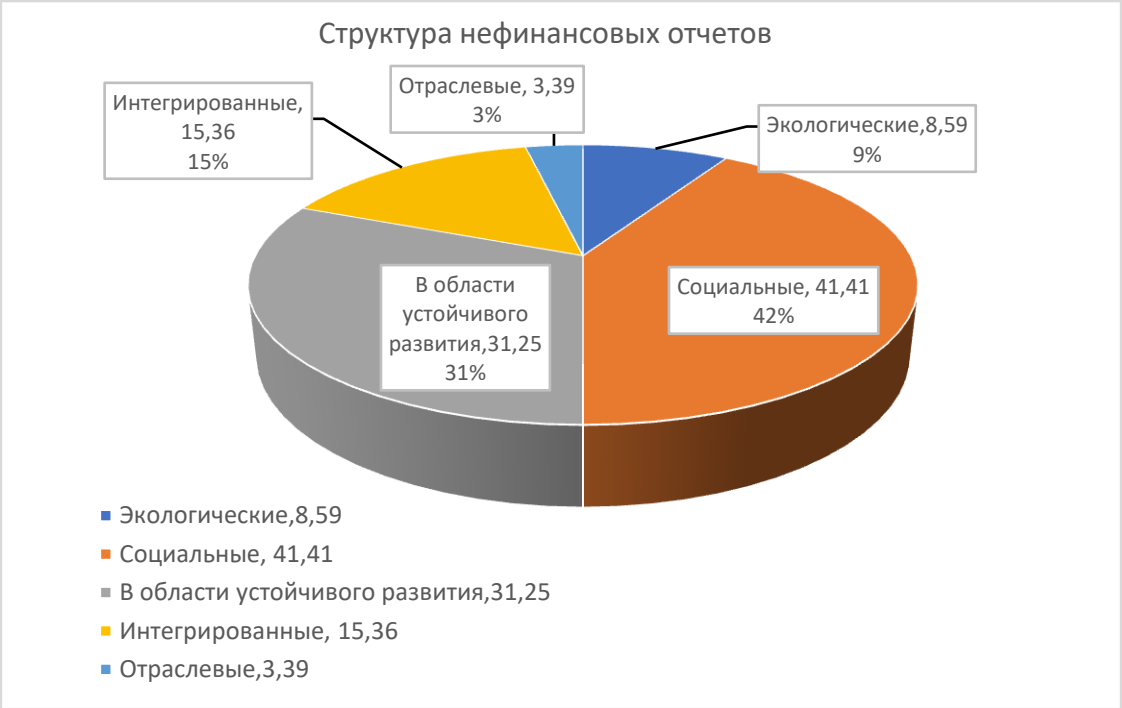


Рис. 2. Структура нефинансовых отчетов, начиная с 2000 года, опубликованных в базе данных РСПП

Источник: данные Российского Союза предпринимателей и промышленников (http://xn--o1aabe.xn--p1ai/simplepage/475)

Рис. 3. Отраслевое распределение социальных отчетов, 2016 г.
Источник: данные Российского Союза предпринимателей и промышленников (http://xn--o1aabe.xn--p1ai/simplepage/475)

Таким образом, наблюдается тенденция по расширению практики представления отчетов в области социальной ответственности бизнеса, и это характерно прежде всего для крупных корпоративных субъектов, для которых имеет место и заинтересованность в представлении собственного имиджа и объективная необходимости систематизации и раскрытия информации ввиду особого социального статуса данных субъектов для отрасли, региона и экономики страны в целом.

Список литературы

1. *Краснова М. В.* Подходы к регулированию социальной отчетности в России // Международный бухгалтерский учет. 2013. № 11. С. 52-57.

2. *Косоногова Е.С.* Информационное обеспечение процесса привлечения внешнего финансирования / Сб. матер. IV Междунар. науч.-практ. конференции. Под ред. А.Е. Карлика. СПб: СПбГЭУ, 2015. С. 455-457.

3. *Пашигорева Г.И., Косоногова Е.С.* Отчетность об устойчивом развитии (GRI): концепция развития / Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке: Науч. сессия проф.-препод. состава, науч. сотр. и асп. по итогам НИР за 2015 год: Сб. лучших докл. СПб.: СПбГЭУ, 2016. С. 51-53.

4. *Бажаева Т.С., Гиоев Г.В., Заборовская О.В., Копачев А.А., Косоногова Е.С., Морунова Г.В., Родионов Д.Г., Самойлова Л.К., Федоров К.И.* Финансы: Учебник. СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2012. 303 с.

УДК 331

Арфае Анна Владимировна
Санкт-Петербургский государственный
политехнический университет Петра Великого
Галенко Валентин Павлович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

О ПРИНЦИПАХ ВНУТРИОТРАСЛЕВОЙ РОТАЦИИ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье предложен подход к выделению и обоснованию основных принципов территориального перемещения и перераспределения трудовых ресурсов крупных предприятий и компаний, выраженных в форме систем и программ внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов. Отражены основные аспекты эффективности использования трудовых ресурсов, территориальные и законодательные аспекты принципов территориальной трудовой мобильности трудовых ресурсов предприятий.

Ключевые слова: трудовая мобильность, принципы, внутриотраслевая ротация, трудовые ресурсы, эффективность использования.

Arfae Anna, V.
Saint-Petersburg State Polytechnic University
Galenko Valentin, P.
Saint-Petersburg State University of Economics

PRINCIPLES OF INTRA-INDUSTRY ROTATION OF LABOR RESOURCES OF AN ENTERPRISE

Abstract. The article proposes an approach to identifying and justifying the basic principles of territorial movement and redistribution of labor resources of large enterprises and companies expressed in form of systems and programs of intra-industry rotation of labor resources. The main aspects of efficiency of labor resources use, territorial and legislative aspects of principles of territorial labor mobility of labor resources of enterprises are reflected.

Keywords: labor mobility, principles, intra-industry rotation, labor resources, efficiency of use.

Развитие трудовой мобильности и повышение эффективности управления данными процессами требуют определения принципов и выделения основных факторов, обуславливающих реализацию основных элементов трудовой мобильности. В силу того, что внутриотраслевая ротация трудовых ресурсов является неотъемлемым элементом трудовой мобильности, который может быть рассмотрен как связующее звено между внешним и внутренним рынками труда, представляется необходимым определение основных принципов реализации данного процесса.

Под *принципами внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов* нами понимаются основные положения, которыми руководствуется крупное пред-

© Арфае А.В., Галенко В.П., 2017.

приятие, холдинг, компания, предприятие отрасли специализации в управлении трудовыми ресурсами в отношении их территориального перераспределения и перемещения, направленного на повышение эффективности использования трудовых ресурсов.

К основным принципам внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов предприятия, на наш взгляд, можно отнести:

− рациональное, наиболее эффективное территориальное перераспределение и перемещение трудовых ресурсов предприятия;

− соблюдение добровольных начал при реализации внутриотраслевой ротации человеческих ресурсов;

− повышение эффективности использования трудовых ресурсов и стабилизация кадровой политики предприятия.

Рассмотрим содержание каждого принципа внутриотраслевой ротации персонала более подробно.

Рациональное, наиболее эффективное территориальное перераспределение и перемещение трудовых ресурсов предприятия. Данный принцип подразумевает, что внутриотраслевая ротация трудовых ресурсов предприятия основана на экономически обоснованной смене территории места работы определенного количества трудовых ресурсов предприятия, направленного на решение конкретных проблем кадрового дефицита в дочерних предприятия, филиалах крупных предприятий, холдингов и компаний, а также предприятий отраслей специализации.

Основным моментом при реализации данного принципа является территориальный аспект, т.е. целенаправленная смена территории места работы и жительства работников. В силу того, что трудовые ресурсы обладают своей спецификой, коренным образом отличающейся от специфики использования любых других видов ресурсов, а также качественным характеристиками, которые определяются в том числе и состоянием здоровья трудовых ресурсов, территориальный аспект необходимо учитывать при разработке конкретных программ и систем внутриотраслевой ротации [2, 5].

Разработка конкретных программ внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов, основополагающим моментом которых является их территориальное перераспределение, должна учитывать специфику территории, региона, территориального образования в отношении климатических условий, демографических факторов, уровня развития инфраструктуры, в частности социальной, состояние рынка труда территории [4].

Реализация программ внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов требует высоких затрат, следовательно, для реализации конкретных программ внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов необходимо сопоставление и анализ всех качественных характеристик работников с совокупными затратами на территориальное перемещение. Кроме того, анализ демографических факторов территории и рынка труда является необходимым условием реализации процессов внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов [4].

Исходя из потребностей крупного предприятия, холдинга, компании в территориальном перераспределении трудовых ресурсов, т.е. в развитии про-

цесса внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов, необходимым условием данного перераспределения является смена территории места работы для работников предприятия в рамках решения проблем кадрового дефицита и стабилизации кадрового потенциала. Удовлетворение же потребности в кадрах при реализации программ внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов в определенной мере обеспечивает приток населения (в первую очередь, экономически активного) на территорию и тем самым оказывает влияние на демографическую и социально-экономическую ситуацию в регионе. Таким образом, территориальный принцип внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов в определенной мере отражает и обеспечивает взаимосвязь кадровой политики отдельного предприятия и социально-экономического развития территории.

Соблюдение добровольных начал при реализации внутриотраслевой ротации человеческих ресурсов. Реализация программ внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов предприятия должна осуществляться на добровольных началах и обеспечивать заинтересованность работниках в территориальных перемещениях. Данный принцип подразумевает, что все программы внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов должны быть реализованы в соответствии законодательством Российской Федерации и Международной организации труда.

Основные аспекты, отражающие данный принцип внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов предприятия, обеспечиваются статьями Трудового кодекса РФ, Часть 1:

− ст. 2. «Основные принципы правового регулирования трудовых отношений и иных непосредственно связанных с ними отношений»;

− ст. 3. «Запрещение дискриминации в сфере труда»;

− ст. 4. «Запрещение принудительного труда;

− ст. 5. «Трудовой законодательство и иные акты, содержащие нормы трудового права»;

− ст. 6. «Разграничение полномочий между федеральными органами государственной власти и органами государственной власти субъектов Российской Федерации в сфере трудовых отношений и иных непосредственно связанных с ними отношений;

− ст. 8. «Локальные нормативные акты, содержащие нормы трудового права»;

− ст. 9. «Регулирование трудовых отношений и иных непосредственно связанных с ними отношений в договорном порядке»;

− ст. 10. «Трудовые отношения, иные акты, содержащие нормы трудового права, и нормы международного права»;

− ст. 11. «Действия трудового законодательства и иных актов, содержащих нормы трудового права»;

− ст. 12. «Действие трудового законодательства и иных актов, содержащих нормы трудового права, во времени»;

− ст. 13 «Действие трудового законодательства и иных актов, содержащих нормы трудового права, в пространстве» [1].

В силу того, что в ст. 13 Трудового кодекса РФ определено, что «Федеральные законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации,

содержащие нормы трудового права, действуют на всей территории Российской Федерации, если в законах и иных нормативных актах не предусмотрено иное», все статьи Трудового кодекса РФ распространяются на все элементы процесса внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов предприятия.

Обеспечение международных норма труда регулируется ст. 10 Трудового кодекса РФ, определяющей, что «Общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации в соответствии с Конституцией Российской Федерации являются составной частью правовой системы Российской Федерации» [1].

В ст. 4 Трудового кодекса РФ определен запрет на принудительный труд, в том числе «в качестве средства мобилизации и использования рабочей силы для нужд экономического развития» [1]. На наш взгляд, территориальные перемещения трудовых ресурсов можно рассматривать, как средство мобилизации и использования рабочей силы, но соблюдение ст. 4 ТК РФ подразумевает добровольные начала территориального перераспределения.

В отдельно взятых случаях, территориальная смена места работы в рамках крупного предприятия, холдинга, компании может быть рассмотрена как элементы системы наказания работника. Это тот случай, когда квалифицированного работника могут перевести в отделение, филиал на другой территории, в силу необходимости получения дополнительного опыта, повышения уровня профессиональной социализации и пр. При этом в соответствии с законодательством РФ даже данный случай внутриотраслевой ротации должен осуществляться с полного согласия работника.

Повышение эффективности использования трудовых ресурсов и стабилизация кадровой политики предприятия. Данный принцип внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов предприятия заключается в устранении кадрового дефицита дочерних предприятий, филиалов, крупных предприятия, компаний, холдингов, а также обеспечение устойчивости кадровой политики, в частности минимизацией сокращений персонала, путем его территориального перераспределения и перемещения трудовых ресурсов.

Повышение эффективности использования трудовых ресурсов предприятия является одной из основных задач системы управления персоналом предприятия [2, 5]. Дефицит квалифицированных кадров является одной из насущных проблем, характерных для рынка труда РФ и большинства предприятий. При этом в современных условиях, которые характеризуются кризисными явлениями, в том числе и в отношении трудовых ресурсов, перед предприятиями встают проблемы оптимизации кадрового потенциала. С одной стороны, в определенный период на предприятии сформирован кадровый потенциал, достигнут определенный уровень обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами. С другой стороны, в условиях кризиса либо в частных случаях возникает необходимость в сокращении персонала. При этом специфика крупных предприятий, холдингов, компаний заключается в том, что в дочерних предприятиях, филиалах существует потребность в квалифицированных ресурсах. Территориальное перераспределение трудовых ресурсов предприятия, на наш взгляд, способствует решению проблем кадрового дефицита, что оказывает стабилизирующее влияние на кадровый потенциал как

крупного предприятия, холдинга, компании в целом, так и на кадровый потенциал его дочерних предприятий и филиалов.

Обладая определенным количеством трудовых ресурсов, которое можно рассматривать как совокупность трудовых ресурсов работников всех дочерних предприятий, филиалов, крупное предприятие, холдинг, компания, формирует совокупный кадровый потенциал. При возникновении кадрового дефицита в дочернем предприятии, филиале, крупная компания имеет возможность перевести (территориально переместить) определенной количество трудовых ресурсов, для устранения данной проблемы. При этом совокупный кадровый потенциал остается неизменным, а кадровый потенциал дочернего предприятия, филиала предприятия, компании оптимизируется и стабилизируется. При рациональном формировании систем внутриотраслевой ротации и реализации ее программ трудовые ресурсы, которые были территориально перераспределены, закрепляются в дочернем предприятии, филиале, т.е. как минимум проходят адаптацию и получают возможность дальнейшего профессионального развития. Следовательно, происходит оптимизация и развитие кадрового потенциала дочернего предприятия, филиала, а также как сохранение, так и повышение уровня совокупного кадрового потенциала крупного предприятия.

Таким образом, внутриотраслевая ротация трудовых ресурсов предприятия, основанная на повышении эффективности использования трудовых ресурсов предприятия, обеспечивается сохранение и развитие совокупного кадрового потенциала крупного предприятия, холдинга, компании, кадрового потенциала отдельных дочерних предприятий, филиалов, что обеспечивает в определенной мере стабильность кадровой политики и кадрового потенциала предприятия.

При этом подход к анализу и оценке эффективности использования трудовых ресурсов крупного предприятия, холдинга, компании требует расширенного подхода, обеспечивающего сопоставление и учет специфики, качественных и количественных характеристик трудовых ресурсов всех подразделений, филиалов, дочерних предприятий. В силу того, что данные аспекты должны быть учтены в кадровой политики крупного предприятия, все элементы системы управления персоналом крупного предприятия должны быть оптимизированы с учетом данных аспектов. Таким образом, система внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов крупного предприятия, холдинга, компании является составной и неотъемлемой частью системы управления персоналом и кадровой политики предприятия.

Соблюдение принципов внутриотраслевой ротации трудовых ресурсов предприятия позволит повысить эффективность системы управления персоналом предприятия, оптимизировать реализацию программ внутриотраслевой ротации и эффективность использования трудовых ресурсов предприятия.

Список литературы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации по состоянию на 1 июня 2014 года. АСТ-М: 2014. 430 с.

2. *Генкин Б.М.* Экономика и социология труда: Учебник для вузов / Б.М. Генкин. 8-е изд., пересмотр.и доп. М: Норма-Инфра-М, 2014. 464 с.

3. *Мазин А.Л.* Межфирменная и территориальная мобильность: ее роль и особенности в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.elitarium.ru/mobilnost_osobennosti_rossii/ (дата обращения 10.02.2017).

4. *Менжерес А.В.* Мобильность рабочей силы в условиях переходного периода к инновационной экономике [Текст]: Монография / *А.В. Менжерес.* Саратов: Изд-во «Кубик», 2011 216 с.

5. Экономика труда: (социально-трудовые отношения) /Под ред. *Н.А. Волгина, Ю.Г. Одегова.* М.: ЭКЗАМЕН, 2002. 736 с.

УДК 336

Волостных Вадим Викторович
Санкт-Петербургский государственный
морской технический университет
Иванкович Анна Вадимовна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ОТРАСЛЕВОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННУЮ ЭПОХУ. СУДОСТРОЕНИЕ: ИЗ РЫНКА В ОТРАСЛЬ

Аннотация. В статье анализируется динамика перехода судостроения России из плановой экономики в рыночную, успешного выживания в новых условиях и уход с рынка в период кризиса гиперфинансирования. Предлагается создание в современных институциональных условиях альтернативного, отраслевого контура управления, основанного на трактовке миссии отрасли как удовлетворения потребности общества в судах и кораблях всех классов и назначений. Приводятся результаты применения метода оценки генерального результата деятельности предприятия и отрасли к пересмотру ряда оценок и прогнозов. Современная ситуация в российском судостроении анализируется как взаимодействие монополии и монопсонии на отраслевом рынке; исследуется возможность преодоления негативных последствий. Обосновывается потребность создания независимого экспертно-аналитического центра для формирования теоретической, методической и нормативной базы отраслевого управления.

Ключевые слова: судостроение, отрасль, миссия, монополия, монопсония, гиперфинансирование, динамика развития.

Volostnykh Vadim, V.
Saint-Petersburg State Marine Technical University
Ivankovich Anna, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

CONTEMPORARY BRANCH MANAGEMENT

Abstract. Russian shipbuilding is suffering from the very unusual malady hyperfunding crisis. The phenomenon commenced from the abolition of rigid administrative system due to “perestroika”. The industry crumbled into atomized bulk of firms. Best part was merged into state-owned holding group United Shipbuilding Corporation. Nowadays a situation in russian shipbuilding may

© Волостных В.В., Иванкович А.В., 2017.

be described as an interplay between monopoly and monopsony. Hence, prices and earnings are growing, but real output is endured stagnation. Authors suggested alternative approach to get over crisis named branch management conception. It is based on new mission treating evolved into matrix, containing 15 key indicators. They are grouped in three levels: general outcome potential, efficiency. Proposed as proper implement for measurement general outcome method based on compensated tonnage principle but encompasses not only commercial vessels, but warships too.

Propounded the foundation of independent expert and analytical center as counterbalance for destructive trends in management.

Keywords: industrial dynamics, hyperfunding, mission, monopoly, monopsony, outcome measurement, shipbuilding.

В настоящее время судостроение России переживает «кризис гиперфинансирования». Предпосылки этого феномена просматривались уже в 1970-х годах и отчетливо обозначились в 1990-х годах.

Обрушение централизованного отраслевого управления (как административного, так и технико-экономического), резкое ослабление прочих консолидаторов вынудило предприятия самостоятельно, поодиночке адаптироваться к рыночным реалиям. Рыночный период 1996-2011 гг. российские верфи прошли достаточно успешно [1].

Таблица 1

Структура судостроения РФ

Вид продукции	Произведено за эпоху	Среднегодовой объем производства, тыс. ecgt/шт	Удельный вес,%	Доля,%		
				Госзаказ	Рынок	В т.ч. экспорт
Эпоха конкурентного рынка 1996-2011 г.г.						
Транспортные суда	1 620.5	108.0	67.6	-	100.0	34.2
Боевые корабли	598.2	39.9	32.4	18.8	81.2	81.2
Итого	2 218.7	147.9	100.0	5.0	95.0	46.9
Эпоха монопсонии (госзаказа) 2012-2015 г.г.						
Транспортные суда	499.5	99.9	45.9	-	100.0	3.9
Боевые корабли	588.8	117.8	54.1	72.8	27.2	27.2
Итого	1 088.3	217.7	100.0	39.4	60.6	16.3
2016 г.						
Транспортные суда		38.6	27.1	-	100.0	-
Боевые корабли		103.6	72.9	74.6	25.4	25.4
Итого		142.2	100.0	54.4	45.6	18.4

В количественном аспекте эти успехи выглядят довольно скромно. Среднегодовой выпуск продукции достиг 147,6 тыс. компенсированных тонн, что составило 12,9-14,5 от пиковых достижений 1952-1954 и 1972-1975 гг.

С другой стороны, достигнута выдающаяся конкурентоспособность: при отсутствии государственного управления на отраслевом уровне 95% продукции реализовано на свободном рынке, в т.ч. 46,9% – экспортировано. А главное – российские верфи выжили: исчезло всего три-четыре завода, однако, на оставшихся в течение пятнадцати лет были заняты 105-110 тыс. работников и обеспечивали выручку на свободном рынке, а не на рынке сырьевого экспорта.

Естественно, как и во всей промышленности, протекали дестабилизирующие процессы: приватизация, передел собственности, слияния, разделения и т.п. Сформировался сильный интеграционный тренд, завершившийся 21 марта 2007 года учреждением АО «ОСК», что мотивировалось стремлением введения в систему управления промышленностью отраслевого начала в новой форме, адекватной реалиям рыночной экономики. Но были допущены две принципиальных ошибки, отразившиеся на отрасли: не была сформулирована миссия ОСК как органа отраслевого управления и не были использованы возможности наделения корпорации соответствующими полномочиями, предоставленными Законом РФ 7-ФЗ от 12.01.96 г. «О некоммерческих организациях». В результате корпорация начала свою деятельность в самой неудачной организационно-правовой форме открытого акционерного общества. Она действует в той же правовой системе, что и любое из контролируемых ею предприятий, будучи, по существу, финансовым холдингом. Возникло 1-3 дополнительных передаточных звена между предприятием и МПТ России. Качественного скачка, отражающего несовпадения и даже противоречие интересов предприятия и отрасли, не возникает. Считать миссией отрасли исключительно EBITDA, ROE, ROA, EVA и т.д. недостаточно.

В ОСК, к сожалению, не сумели оценить открывшихся возможностей и сконцентрировали свою деятельность на двух направлениях: приобретение контрольных пакетов максимального числа предприятий и лоббирование интересов контролируемых корпорацией предприятий, трактуемых как максимизация чисто финансовых результатов деятельности.

Таким образом, к 2015 г. АО «ОСК» контролирует 18 крупнейших судостроительных заводов из 47, на их долю приходится 92% выручки отрасли и 85% выпуска продукции в компенсированном тоннаже. Численность персонала предприятий группы ОСК составляет 105 тыс. чел. [2]. Таким образом, ОСК, не став органом государственного управления отрасли, выросла в огромную фирму, занявшую монопольное положение на судостроительном рынке.

Начиная с 2010 г., почти на порядок увеличилась доля государственного оборонного заказа (не в стоимостном, а в натуральном выражении): с 5% до 54,4%; наблюдается рост прямого или косвенного ГОЗ в области гражданского судостроения (Арктика, средства океанотехники и т. д.). В стоимостном выражении в 2015 году доля государственного оборонного заказа (ГОЗ) в объеме производства составила 87%, а с учетом ГОЗ гражданской продукции – превысила 97%. Впервые сдача боевых кораблей и по числу единиц, и по компенсированному тоннажу превысила сдачу гражданских судов. В результате возник-

ла исключительная ситуация: сочетание монополии и монопсонии при общем хозяине у заказчика и исполнителя – государства.

Период 2012-2016 гг. стал эпохой вывода отечественного судостроения из конкурентной рыночной среды в сферу бюджетного финансирования. При этом критерием оценки результата избраны сугубо рыночные категории, т.е. от производства кораблей судостроители переключились на производство «показателей».

Для одновременной поддержки монополиста (ОСК) и монопсониста (ВМФ) из сырьевого бюджета РФ было ассигновано порядка 450-500 млрд. руб. в качестве финансирования государственного оборонного заказа. С 2013 г. по 2015 г. выручка ОСК выросла в 1,87 раза (с 95,2 до 178,8 млрд. рублей). Аналогичный скачок произошел и с показателем EBITDA и другими. Однако:

1) в судостроении:
   - после кратковременного пика 2012-2013 г.г. (240,9-321,4 тыс. cgt в год), когда были достроены и сданы суда, строительство которых началось с 1995 года, а транспортное судостроение достигло наивысшего расцвета, в 2014-2016 гг. годовой выпуск продукции стабилизировался на уровне 150 тыс. cgt. Это строго на уровне 1996-2011 гг., а на период 2018-2020 гг. просматривается даже тенденция снижения;
   - сжатие ядра концентрации производства в центре отрасли; «тройка» ведущих верфей уже в 2014 г. давала 59,8% выручки, а «семерка» – 80,4%. Тенденция концентрации нарастает;
   - угасание, вслед за промысловым, и транспортного судостроения. К концу 2015 года лишь 2 верфи остаются на рынке, в то время как в 1996-2011 гг. на рынке были заняты более десяти верфей;
   - консервация неэффективности и снижение уровня организации и управления; снижение способности к маневру и диверсификации;
   - утрата важнейшей составляющей потенциала предприятия – динамических организационных компетенций, наработанных в суровой конкурентной среде.
2) В ВМФ:
   - невозможность употребить все имеющиеся средства на строительство нужной номенклатуры кораблей и необходимость приобретать то, что может дать промышленность;
   - завышение контрактной стоимости кораблей и заказ множества второстепенных судов не лучшим предприятиям в силу необходимости полного освоения бюджета;
   - качественная структура пополнения флота; из полученных за пятилетие 16 кораблей 1-2 ранга (400,5 тыс. cgt) 88,1% построены по проектам советского времени; в т.ч. 48,9% из них были спроектированы 40-50 лет назад. Избегая неуместных дилетантских суждений о боевой ценности старых кораблей с обновленным вооружением, о ней можно косвенно судить по степени деградации экспортного потенциала, обнаруживающего явную тенденцию снижения.

Отсюда следует, что попытка исправить ситуацию за счет бюджетного гиперфинансирования принесла больше стратегических проблем, чем выгод.

Проанализируем механизм взлета эффективности 1952-1954 гг. (1145 тыс. ecgt) и 1972-1973 годов (1058 тыс. ecgt). Оба периода характеризуются максимизацией отраслевого начала, управлением «от миссии», а не «показателей». Четкая легализация миссии, надотраслевой механизм контроля, качество нормативно-методической базы, подготовка и мотивация кадров, научно-технический уровень – вот элементы отраслевого подхода. Такой подход и следует реализовать в рамках современных институциональных реалий рыночной экономики, во всяком случае, на период доминирования государственного заказа. Основные проблемы сводятся к следующему.

1. Определить и чётко сформулировать миссию отрасли, легитимизировать её на законодательном уровне.
2. Принять генеральный измеритель результата, когерентный в отношении миссии.
3. Сформировать необходимый и достаточный набор индикаторов для осуществления отраслевого управления.
4. Создать орган, оперирующий этими индикаторами.
5. Создать экспертно-аналитический центр для разработки теоретической, методической, нормативной базы формирования стратегии и программ развития потенциала отрасли и максимального его использование.
6. Подготовить и мотивировать кадры для всей управленческой вертикали.

Реальность решения поставленных задач основывается как на обширном историческом опыте, так и на солидном научном заделе. На наш взгляд, миссией судостроительной отрасли следует считать удовлетворение потребностей общества в судах и кораблях всех назначений, классов и размерений, а мерилом результата – объём судостроительной продукции.

Судостроительная промышленность РФ располагает уникальной среди всех высокотехнологичных (в особенности оборонных) отраслей информационной базой, содержащей сведения о постройке кораблей и судов, а также об их технических характеристиках. На этой основе удалось построить полные, непрерывные и достоверные хроноряды за период 1946-2015 гг. (в номенклатурном выражении).

Для обработки этих рядов предложены, разработаны и апробированы методики приведения характеристик судов и кораблей всех классов и размерений к сопоставимому виду (в условно-натуральном выражении) независимо от изменения институциональных, ценовых, структурных факторов. Применение этой методики позволило получить достоверную картину результатов работы отрасли за 70 лет [3]. Тем самым получен инструментарий для использования в практике управления на отраслевом уровне.

Появляется возможность отслеживать колебания результатов судостроительного производства и выяснить влияние на них факторов, периодизировать развитие отрасли, оценивать качество стратегий и доктрин, обнаруживать социальные процессы, а главное – повысить обучаемость управленческой элиты. Для использования в отраслевом управлении достаточно ограничиться 15 индикаторами, сгруппированными по трём уровням.

Таблица 2

Индикаторы				Цель/сектор			
№ п/п	Уровень	Группа	Содержание	Безопасность	Реиндустриализация	Конкурентоспособность	Выживание
				ГОЗ	Импортозамещение	Рынок	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	1. Результат		2. Выпуск продукции	+	+	+	+
2	2. Потенциал/ресурсы		2.1. Трудовой ресурс	+	+		
3			2.2. Производственные мощности	+	+		
4			2.3 Интеллектуальный ресурс	+			
5			2.2 Компетенции	+	+	+	
6	3. Эффективность	3.1 Ресурсная эффективность	3.1.1 Производительность		+	+	
7			3.1.2 Цикл			+	
8			3.1.3 Загрузка	+			+
9		3.2 Конкурентоспособность	3.2.1 Доля мирового рынка			+	
10			3.2.2 Доля в российских заказах		+		
11			3.2.3 Секторная структура производства	+	+		+
12			3.2.4 Экспорт			+	
13		3.3 Мультипликативность	3.3.1 Коэффициент «размножения»		+		
14			3.3.2 Доля российских поставщиков		+		
15			3.3.3 Точки роста		+		

В предложенной матрице отсутствуют финансовые и иные традиционные экономические показатели; тем самым создается диалектическое противоречие между целями и критериями успеха для предлагаемой и существующей системами, служащее двигателем развития. Следовательно, структура системы управления судостроением предполагается двухконтурной.

Плодотворным может быть только создание научных центров, подобных давно ставшему эталоном RAND Corporation.[4] В этой организации выработан эффективный подход к фундаментальному анализу и формулированию стратегии. В его основу положены четыре принципа: разработка новой формулировки поставленного вопроса с тем, чтобы убедиться, не поставлен ли этот вопрос на неправомерных или устаревших положениях; отрешенность от частной задачи; прогнозируемые будущие события, в т.ч. отдаленные, должны быть существенным фактором исследования; тесный контакт с заказчиком в ходе разработки.

Исследование должно носить междисциплинарный характер, причем изменения состава экспертов должны быть весьма гибкими и динамичными. Наконец, такая организация может быть и главным научным экспертом чужих программ, и их интегратором. В условиях судостроения такая организация может быть создана только на базе высшей школы.

Шансы на успешное решение вышеописанных проблем, то есть выхода из кризиса гиперфинансирования не через возврат к рынку, а через отраслевое управление, можно оценить на основе анализа практического опыта.

Список литературы

1. Отраслевое исследование «Судостроительная промышленность России». Ч. 1. Анализ состояния судостроительный отрасли. Ч. 2. Рейтинг и описание крупнейших строительных предприятий России. Агентство INFO line, 2016.

2. АО «ОСК». Консолидированная финансовая отчётность за год, закончившийся 31 декабря 2015 г., и аудиторское заключение.

3. *Волостных В.В., Иванкович А.В., Иванкович Т.С.* Инструментарий рефлексивного анализа динамики отечественного судостроения // Морские интеллектуальные технологии. 2016. №4(34). Т. 1.

4. *Smith B.L.R.* The Rand Corporation: Case study of a non-profit Advisory Corporation. Cambridge, Mass.; Harvard Univ. Press, 1966.

УДК 338.2

Ворушилина Евгения Николаевна
Мирошниченко Марина Александровна
Кубанский государственный университет

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ И ОЦЕНКА СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ГИБКОСТИ ООО «СПБ-КОНСАЛТ»

Аннотация. В статье «Динамика развития и оценка стратегической гибкости ООО «СПБ-КОНСАЛТ» представлены результаты экспертной оценки стратегических тенденций (неожиданностей), рассмотрена оценка стратегической гибкости на примере конкретного

© Ворушилина Е.Н., Мирошниченко М.А., 2017.

предприятия по продаже медицинской техники, дезинфицирующих средств и сопутствующих товаров в г. Краснодаре ООО «СПБ-КОНСАЛТ».Уточнена сущность «стратегической гибкости», выработан механизм приспособления параметров стратегии виртуальной организации ООО «СПБ-КОНСАЛТ», обеспечивающий достижение конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: гибкость предприятия, динамика развития, конкурентные преимущества, стратегия, экспертные оценки.

Vorushilina Evgenia, N.
Miroshnichenko Marina, A.
Kuban State University

DYNAMICS OF DEVELOPMENT AND EVALUATION OF STRATEGIC FLEXIBILITY OF LLC «SPB-CONSULT»

Abstract. Results «Dynamics of development and evaluation of strategic flexibility of LLC «SPB-CONSULT» of an expert evaluation of strategic tendencies (surprises) are provided in this article, evaluation of strategic flexibility on the example of the specific company selling medical equipment, disinfectants and joint products in Krasnodar LLC «SPB-CONSULT» is considered. The essence of «strategic flexibility» is specified, the mechanism of adaptation of parameters of strategy of virtual organization LLC «SPB-CONSULT» providing achievement of competitive advantages is developed.

Keywords: flexibility of the company, dynamics of development, competitive advantages, strategy, expert evaluations.

В современном мире роль стратегически обусловленных действий, позволяющих компаниям выживать и развиваться в конкурентном соперничестве, резко повысилась в связи с быстро изменяющимися условиями хозяйствования. В условиях формирования новой экономической реальности, связанной со знаниями, использование интеллектуального капитала в инновационном процессе являются фактором повышения конкурентоспособности, что позволяет современным предприятиям обеспечить свое выживание и развитие в условиях жесткой конкуренции за счет приобретения уникальных конкурентных преимуществ [1. С. 101].

В условиях глобализации не только и не столько труд или капитал являются источником прибыли организации, а все системы, в которых производится и потребляется продукция. Идеи, знания и информация, в том числе и электронная (особенно интернет-ресурсы), являются неотъемлемой и важнейшей частью этой системы. Они взаимосвязаны как с процессами производства продуктов, так и с процессами организации предприятия, обмена информацией с клиентами, потребителями, поставщиками, конкурентами [2. С. 363]. Предприятия обязаны не только сосредотачивать личное внимание на состоянии внутренних дел, но и формировать долгосрочную стратегию, определяющую адекватное управление. Макросреда деятельности виртуальных коммерческих предприятий России отличается повышенным уровнем нестабильности, в соответствии с этим одним из существенных требований, которые предъявляются к стратегии, является её гибкость. Организациям крайне важно обеспечить стратегическую гибкость, а также способность маневрировать ресурсами и мобилизовать их в нужном направлении развития, которое принесёт наибольшие экономические выгоды [3. С. 74].

В социально-экономическом развитии общества важную роль играют результаты инновационной деятельности человека, которые выступают в качестве различных нововведений, усовершенствований, открытий и изобретений, новейших программных продуктов, методик, организационно-управленческих новшеств в различных сферах [4. С. 248].

Методология устойчивого развития компании сближает макро- и микроэкономические интересы, природопользование получает адекватную экономическую основу, условия инновационных технологий становятся объектом экономического интереса. Главное внимание в стратегии управления на уровне общества и на уровне компании должно быть направлено на человека. Он источник ценностей, причина обновления, носитель инновационной стратегии и тактики, он же является и главным продуктом социальных изменений [5. С. 797].

«СПБ-КОНСАЛТ» на сегодня успешная компания. Основные направления деятельности: производство и поставка дезинфицирующих и моющих средств, кожных антисептиков и жидких мыл; оснащение учреждений здравоохранения медицинским и общебольничным оборудованием; послепродажное техническое обслуживание и ремонт медицинского оборудования и аппаратуры.

Стратегическая гибкость – это способность компании адаптироваться к условиям внутренней и внешней среды и быстро корректировать либо разрабатывать иные стратегические решения при модифицировавшихся внутренних или внешних условиях. Сущность «стратегической гибкости» заключается в способности максимизировать прибыль и минимизировать потери на предприятии [6. С. 98]. Для всех стратегических бизнес-единиц на изучаемом предприятии определены деловые стратегии. Для реализации закупок дезинфицирующего сырья предпочитают стратегию «Лидерство по издержкам», или «Конкурентное преимущество на базе низких издержек». Так, лидерство по издержкам является агрессивной стратегией, направленной на достижение результативности услуг и обеспечении достаточно жесткого контроля абсолютно всех видов расходов. Предпосылками выбора стратегии являются: источники недорогого сырья, целесообразное применение сырья, небольшие транзакционные издержки. Для производства дезинфицирующих изделий отдается предпочтение стратегии «Товарной дифференциации», которая является обособлением дезинфицирующей продукции на рынке, означающей способность компании обеспечить уникальность, а также более высокую ценность, по сравнению с конкурентами, продукции для потребителей, с точки зрения её специальных и особых характеристик.

Уровень функциональных стратегий по всем стратегическим бизнес-единицам представлен семью стратегиями, а именно: производственной, финансовой, маркетинговой, кадровой, НИОКР, организационной, экологической [7. С. 93]. Для виртуальной организации ООО «СПБ-КОНСАЛТ» разработан механизм адаптации параметров конкурентной стратегии, обеспечивающий достижение конкурентных преимуществ, который отражает взаимосвязь:

1) всех условий хозяйственной деятельности, во внутренней среде, и их участие в процессе эффективного развития стратегий организации конкурентных преимуществ;

2) факторов внешней среды со стратегией создания конкурентных преимуществ;
3) инструментов, условий и процессов, которые способны оказать влияние на осуществление стратегии создания конкурентных преимуществ развития;
4) методов индикаторов и корректировки стратегии развития, в случае нерезультативного взаимодействия.

В рамках изучения данной организации была выполнена оценка стратегической гибкости виртуального предприятия ООО «СПБ-КОНСАЛТ» во временном периоде до 5 лет (табл. 1).

Таблица 1

Оценка стратегической гибкости ООО «СПБ-КОНСАЛТ»

Стратегические тенденции (неожиданности)	Экспертная оценка					Сумма оценок экспертов	Средневзвешенная оценка
	1	2	3	4	5		
1. Вступление на новые рынки товарного сбыта	5	7	6	4	5	∑ = 27	+5,4
2. Углубление товарного ассортимента	3	4	3	3	3	∑ = 16	+3,2
3. Восприятие инноваций	10	10	10	9	10	∑ = 49	+9,8
4. Устаревание технического оборудования	-1	-4	-3	-2	-1	∑ = -11	-2,2
5. Недостаток стратегических ресурсов	-3	-3	-5	-5	-2	∑ = -18	-3,6
6. Повышение требований к охране окружающей среды	-2	-3	-1	-2	-1	∑ = -9	-1,8

Для этого были приняты к сведению стратегические направления развития интернет-магазина. Для оценки создана экспертная группа в составе 5 человек. В нее вошли ведущие специалисты предприятия, а также внешние эксперты, обладающие соответствующими знаниями и опытом. Расчет общего показателя гибкости фирмы получен как суммарный показатель влияния всех стратегических неожиданностей на компанию в краткосрочной перспективе до 5 лет. Согласно табл. 2, стратегическая гибкость ООО «СПБ-КОНСАЛТ» оценена суммами отрицательных (-7,6 баллов) и положительных (18,4 баллов) воздействий по всему перечню внезапностей. Сравнивая данные воздействия, следует сделать вывод, что во временном отрезке от 0 до 5 лет ООО «СПБ-КОНСАЛТ» является стратегически гибким предприятием.

К категории существенных отнесен перечень ключевых стратегических задач, который используется для управления системой стратегических задач. Этот

перечень может корректироваться по ходу реализации стратегии. Скорость ответной реакции является высокой, если фирма немедленно реагирует на события, и средней, если компания может отложить реакцию до очередного цикла планирования. Стратегические отрицательные воздействия из табл. 2, последствия которых оцениваются в -3 балла или менее по 10-балльной шкале, отнесем к категории несущественных и исключим из дальнейшего рассмотрения.

Таблица 2

Результаты оценки стратегической гибкости ООО «СПБ-КОНСАЛТ» при вероятных воздействиях внешней и внутренней среды

Стратегические тенденции (неожиданности)	Последствия для компании	Категория стратегической задачи	Угрозы	Возможности	Скорость ответной реакции	Рекомендуемые действия
1. Вступление на новые рынки товарного сбыта	+5,4	Существенная		+	средняя	Создать целевую группу, включить в систему управления стратегическими задачами (СУСЗ)
2. Углубление товарного ассортимента	+3,2	Существенная		+	средняя	Включить в следующий цикл планирования
3. Восприятие инноваций	+9,8	Существенная		+	высокая	Создать целевую группу и включить в СУСЗ
4. Устаревание технического оборудования	-2,2	Существенная	-		высокая	Включить в следующий цикл планирования
5. Недостаток стратегических ресурсов	-3,6	Существенная	-		высокая	Создать целевую группу, включить в СУСЗ
6. Повышение требований к охране окружающей среды	-1,8	Несущественная	-		высокая	Исключить из перечня стратегических задач

Оставшаяся проблема – «Дефицит стратегических ресурсов», является по результатам анализа существенной угрозой, оказывающей серьезное влияние на конкурентные позиции организации. Для этого необходимо разработать меры по уменьшению влияния данных неожиданностей, направленные на повышение стратегической гибкости предприятия, создать целевую группу для углубленного изучения влияния данной проблемы, которую следует включить в систему управления стратегическими задачами (СУСЗ).

Таким образом, нами сформирован механизм адаптации параметров конкурентной стратегии предприятия ООО «СПБ-КОНСАЛТ», обеспечивающий

достижение конкурентных преимуществ, к изменяющимся условиям внутренней и внешней среды. В рамках механизма адаптации выполнена оценка стратегической гибкости предприятия при вероятных воздействиях внешней и внутренней среды, которая показала, что предприятие обладает стратегической гибкостью. Однако, была выявлена стратегическая неожиданность, оказывающая серьезное влияние на конкурентные позиции организации, для которой приведены меры по устранению найденной угрозы.Поскольку руководство организации ООО «СПБ-КОНСАЛТ», несмотря на виртуальную форму бизнеса, имеет консервативный характер, проблему стратегической уязвимости возможно разрешить, выбирая определенные стратегические зоны хозяйствования, группы влияния и ресурсы, которые находятся в зависимости от разнообразных технологий и требуют разных культурных, экономических и политических условий, следовательно, внезапные события в одной области не окажут тяжелого воздействия на другую.

Список литературы

1. *Пономарева М.В., Деткина Д.А.* Развитие интеллектуального капитала организации как фактор повышения ее конкурентоспособности / Социально экономические проблемы и перспективы АПК: Сб. науч. статей по итогам III Междунар. студ. науч.-практ. конференции. Отв. за выпуск *С.А. Шулепина.* 2015. С. 100-101.

2. *Мирошниченко А.А.* Интеллектуальный капитал в сфере управления современными информационными технологиями / Сб. матер. VI Междунар. науч.-практ. конференции «Экономика знаний: проблемы управления формированием и развитием» / Отв. ред. *В.В. Ермоленко, М.Р. Закарян.* Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2014. 405 с. С. 362-372.

3. *Клочко Е.Н.* Управление виртуальными организациями в условиях глобализации экономики: теоретический аспект / Экономика XXI века: модернизация в аспекте глобализации. Матер. междунар. науч.-практ. конференции. Саратов: ЦПМ «Академия Бизнеса», 2012.

4. *Пономарева М.В., Деткина Д.А.* Интеллектуальная собственность в экономике знаний / Сб. матер. VI Междунар. науч.-практ. конференции «Экономика знаний: проблемы управления формированием и развитием» / Отв. ред. *В.В. Ермоленко, М.Р. Закарян.* Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2014. 405 с. С. 245-251.

5. *Мирошниченко М.А., Дуплякина О.К.* Стратегия роста для кризисных рынков на основе контроллинга инноваций // Политематический сетевой электронный журнал Кубанского государственного аграрного университета [Электронный ресурс]. Краснодар: КубГАУ, 2015. №06(110). С. 716-727. Режим доступа: http://ej.kubagro.ru/2015/06/pdf/47.pdf (дата обращения 08.02.2017.).

6. *Мирошниченко М.А., Муращенкова И.Н.* Обеспечение конкурентных преимуществ на предприятии / Актуальные проблемы управления корпорацией и капиталами организации: Сб. науч. трудов молодых исследователей. Отв. ред. *В.В. Ермоленко*. Краснодар: Кубан. гос.ун-т, 2014. 256 с. С. 96-101.

7. *Мирошниченко М.А.* Управления рисками в ситуациях неопределенности и непредсказуемости / *Мирошниченко М.А., Мирошниченко А.А*. / Сб. науч. трудов IV междунар. науч.-практ. конференции по контроллингу «Менеджмент и контроллинг в условиях нестабильности рынков и внешних угроз» / Под науч. ред. *С.Г. Фалько.* Рязань, 2015. С. 89-95.

УДК 334

Гапонова Дарья Дмитриевна
Санкт-Петербургский горный университет

ВОЗМОЖНОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА СПГ РОССИИ

Аннотация. В статье рассмотрен проект «Сахалин-2» и его ориентированность на рынок сжиженного природного газа, как внутреннего, так и внешнего. А также рассмотрен альтернативный вариант обеспечения внутреннего рынка СПГ, являющийся рентабельным и экономически более выгодным для страны.

Ключевые слова: сжиженный природный газ, крупнотоннажное производство СПГ, малотоннажное производство СПГ, внутренний рынок.

Gaponova Daria, D.
National Mineral Resources University
(Mining University)

THE ABILITY TO SUPPLY THE DOMESTIC LNG MARKET

Abstract. The article describes the project «Sakhalin-2» and its focus on the LNG market, both internal and external. And the alternative variant of the internal market of LNG that is cost-effective and economically more profitable for the country.

Keywords: liquefied natural gas, large-scale LNG production, small-scale LNG, the domestic market.

До недавнего времени единственным направлением экспорта российского газа являлись трубопроводные поставки в Европу и страны СНГ, поэтому перед Россией стояла задача диверсификации экспортных газовых потоков, а также освоения нового сегмента мирового рынка газа. Эти задачи носили геополитический характер и определяли энергетическую безопасность страны.

Теперь благодаря проекту «Сахалин-2» Россия имеет бесценный опыт организации производства нового энергоносителя – сжиженного природного газа, который обеспечил выход на рынки стран АТР. Сложность его реализации заключалась в том, что у России не было ни технологий и опыта производства СПГ, ни технологий шельфовой добычи газа в крупных промышленных масштабах. Кроме того, необходимо было найти и убедить потенциальных инвесторов и покупателей сжиженного природного газа в успешности проекта, получить их согласие на поставки СПГ или в некоторых случаях даже заключить соглашения тогда, когда строительство завода по производству сжиженного газа ещё только планировалось.

Проект «Сахалин-2» включает разработку двух месторождений: Лунского месторождения, которое является преимущественно газовым, и Пильтун-Астохского нефтяного месторождения с наличием попутного газа. Оба месторождения были открыты в 1980-х годах. В 1998 г. на Астохском участке была

© Гапонова Д.Д., 2017.

установлена первая в России морская добывающая платформа «Моликпак», и в 1999 г. получена первая шельфовая нефть. Подобный успех позволил приступить к реализации второго этапа проекта, связанного с добычей природного газа и производством СПГ.

Решение о производстве сжиженного газа было принято в 1990-х годах на стадии разработки технических параметров и экономического обоснования проекта. Выбор был сделан в пользу СПГ, не только благодаря удобству его морской транспортировки с Сахалина и гибкости потенциальных поставок в любые страны и регионы мира, но и экономической эффективности его производства в условиях холодного сахалинского климата. Более того, основные рынки сбыта стран АТР, в первую очередь Япония, расположены в непосредственной территориальной близости.

Проведённые исследования, полученные от соответствующих ведомств согласования и детальная проработка технико-экономических параметров проекта позволили в 2003 г. приступить к строительству необходимой инфраструктуры:

- газодобывающей платформы «Лунская-А» (первой на российском шельфе);
- системы морских (300 км) и наземных трубопроводов (1600 км);
- берегового технологического комплекса (для подготовки газа к
- транспортировке);
- насосно-компрессорной станции;
- завода по производству СПГ (на юге Сахалина);
- причала отгрузки СПГ.

В феврале 2009 г. завод был пущен в эксплуатацию. В том же году было произведено 5,3 млн. тонн СПГ. Работы по вводу объектов инфраструктуры и наладка всех заводских систем продолжались в 2009 г. и начале 2010 г. В середине 2010 г. завод вышел на проектную мощность – 9,6 млн. тонн/год, поставив в том же году на мировой рынок 13,4 млрд. куб. м СПГ. В 2012 г. этот объём увеличился до 14,8 млрд. куб. м или 4,5% всех поставок СПГ в мире. Основные объёмы газа для завода добываются на платформе «Лунская-А», которая установлена в море на глубине 48 м в 15 км от северо-восточного побережья острова Сахалин. Платформа была введена в эксплуатацию в декабре 2008 г., и газ начал поступать в трубопроводную систему проекта «Сахалин-2».

В 2010-2012 гг. было закончено бурение трех эксплуатационных скважин, и их общее число достигло восьми. Общая среднесуточная производительность скважин составляет до 44 млн. куб. м газа/день. Следует отметить, что в газовой скважине, пробуренной в 2012 г., был успешно применен метод ориентированной перфорации. Этот метод позволяет избежать выноса песка в течение более длительного времени, чем в уже существующих скважинах Лунского месторождения. В компании «Сахалин Энерджи» такая технология была применена впервые.

Разделение нефти, газа и конденсата, а также обработка газа перед транспортировкой на завод производится на объединённом береговом технологическом комплексе (ОБТК), две линии которого также были введены в эксплуатацию в конце 2008 г. Первоначально суточная производственная мощность ком-

плекса составляла 51 млн. куб. м газа и около 60 тыс. баррелей нефти и конденсата. В 2011-2012 гг. на ОБТК была проведена модификация двух технологических линий с целью повышения переработки газа до 56 млн. куб. м газа.

Взаимосвязь между объектами проекта «Сахалин-2» обеспечивает транссахалинская система нефте- и газпроводов, которая включает 300 км морских и 1600 км наземных трубопроводов, 105 узлов запорной арматуры, 5 аварийно-восстановительных пунктов и 2 насосно-компрессорные станции. За техническое обслуживание транссахалинской трубопроводной системы отвечает дочернее общество «Газпром трансгаз Томск», которое является подрядчиком компании-оператора проекта «Сахалин Энерджи Инвестмент Компани Лтд.» («Sakhalin Energy Investment Company Ltd.»). Акционерами «Сахалин Энерджи» являются ОАО «Газпром» (50% плюс одна акция), «Ройял Датч Шелл» («Royal Dutch Shell», 27,5% минус одна акция), «Мицуи» («Mitsui», 12,5%) и «Митсубиши» («Mitsubishi», 10%).

Важнейшим событием 2011-2012 гг. стало начало поставок газа (не СПГ) на внутренний рынок с двух узлов отбора и учёта газа (УОУГ): один – на севере острова, второй – на юге. Южный УОТГ, а также газораспределительная станция были в ведены в эксплуатацию в 2010 г.: газ подаётся на энергоблок Южно-Сахалинской ТЭЦ. Осенью 2011 г. газ стал поступать и в трубопровод «Сахалин – Хабаровск – Владивосток». Сейчас он поставляется на внутренний рынок в счёт уплаты роялти российской стороне, а в ближайшем будущем должен поставляться и в счёт прибыльной продукции в соответствии с Соглашением о разделе продукции. В 2012 г. были завершены строительство и ввод в эксплуатацию северного УОУГ, кроме того, на северном и южном УОУГ были введены в эксплуатацию постоянные системы замера объемов газа.

Завод по производству сжиженного газа с причалом для отгрузки СПГ и терминал отгрузки нефти входят в число объектов комплекса «Пригородное», который расположен на юге Сахалина, на берегу залива Анива. На заводе СПГ, который занимает площадь в 490 гектаров, построены две технологические линии номинальной производительностью 4,8 млн. тонн СПГ/год каждая, работающие на основе двуцикловой технологии сжижения газа DMR, которая была специально доработана для сахалинского проекта с целью обеспечения максимальной эффективности в условиях холодного климата. Помимо производственных мощностей и причала отгрузки СПГ на заводе построена лаборатория, центральный пункт управления и два резервуара для хранения газа высотой 37 м, диаметром 67 м и общей ёмкостью 200 тыс. куб. м. Сахалинский завод не является одним из самых мощных заводов мира, однако в 2010 г. компания «Сахалин Энерджи» запустила программу по повышению его производительности. По итогам 2012 г. мощность завода была увеличена на 8%.

По информации ОАО «Газпром» в 2013 г. в рамках проекта «Сахалин-2» было произведено 5,26 млн. тонн нефти и 10,52 млн. тонн СПГ. Специальный причал отгрузки СПГ может принимать до 160 танкеров в год вместимостью от 18 тыс. куб. м до 145 тыс. куб. м. За 2011 г. было отгружено 163485 стандартных партий СПГ, за 2012 г. – 168 партий.

Как было отмечено ранее, «Сахалин-2» также осуществляет поставки и на внутренний рынок. Относительно газа, он частично идет на внутренний рынок, основная же его часть поступает на расположенный к юго-востоку от г. Южно-Сахалинска завод по производству сжиженного газа. Там газ, предназначенный для экспорта, будет сжижаться (при этом его объем уменьшится в 600 раз, что делает рентабельным его транспортировку на большие расстояния) и транспортироваться танкерами. В связи с увеличением спроса на малые объемы СПГ, а также с расширением областей использования СПГ перевозки небольших партий сжиженного природного газа становятся все менее привлекательными для поставщика за счет экономической невыгодности. Именно поэтому в мире спрос набирает именно малотоннажное производство СПГ, которое направлено на межрегиональную торговлю и удовлетворение спроса на внутреннем рынке.

С точки зрения выгоды имеет смысл активно заняться развитием малотоннажного производства отдаленных регионах Российской Федерации, куда поступает СПГ из Южно-Сахалинска, постоянно затрачиваясь на поставку СПГ. При этом СПГ становится дороже для потребителей на внутреннем рынке. Строительство малотоннажных заводов по территории страны даст возможность разделить крупнотоннажное и малотоннажное производства по назначению: внутреннего и мирового рынка. А также даст возможность для закупки СПГ на внутреннем рынке по более выгодной цене, так как будут исключены затраты на поставку газа через всю территорию страны.

Развитие малотоннажного производства дает возможность газифицировать объекты, удаленные от трубопровода, полной автоматизации и минимального участия человека в процессе производства, мобильность и возможность транспортировки оборудования на новое место. Сегодня строительство малотоннажного производства также является наиболее экономически выгодным для страны, чем строительство новых трубопроводов и перевозки по территории Российской Федерации.

Список литературы

1. *Майорец М., Симонов К.* Сжиженный природный газ – будущее мировой энергетики. М.: Альпина Паблишер, 2013. 357 с.

2. Официальный сайт «Газпром» [Электронный ресурс]. URL: http://www.gazprom.ru/about/production/projects/lng/

3. Официальный сайт «Газпром СПГ Санкт-Петербург» [Электронный ресурс]. URL: http://spb-lng.gazprom.ru/

4. Официальный сайт «Сахалин Энерджи» [Электронный ресурс]. URL: http://www.sakhalinenergy.ru/ru/index.wbp.

5. Отчет об устойчивом развитии Сахалин Энерджи 2015. [Электронный ресурс].URL:http://www.sakhalinenergy.ru/media/user/otchety/SD_report_2015_rus.pdf (дата обращения: 12.12.2016).

УДК 338.2

Карлик Александр Евсеевич
Платонов Владимир Владимирович
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ИЗУЧЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ В ПЕРСПЕКТИВЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

(Статья написана при поддержке РГНФ проект № 16-02-00103)

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические и прикладные аспекты исследования организационно-управленческих инноваций. Особое внимание уделено формированию концептуальных основ обеспечения внутрифирменных и межфирменных организационно-управленческих инноваций, а также изучению многообразия факторов, влияющих на процесс реализации данного вида нововведений. Авторами предлагается логическая модель факторов инновационности предприятия и организационно-управленческой инновации, основанная на процессах внутрифирменной генерации и трансфера знаний.

Ключевые слова: организационно-управленческая инновация, ресурсно-ориентированный подход, инновационное развитие,динамический потенциал; новые методы управления, новые организационные структуры.

Karlik Alexander, E.
Platonov Vladimir, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE STUDY OF ORGANIZATIONAL AND MANAGERIAL INNOVATIONS IN THE PERSPECTIVE OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

Abstract. The article deals with theoretical and applied aspects of research of the organizational and management innovation. Particular attention is paid to setting up the conceptual foundations of supporting intrafirm and interfirm organizational and management innovations as well as the study of multifaceted factors which have impact on this type of innovation. The authors propose the logical model of the factors of innovativeness as well as organizational and management innovation that is based on intrafirm knowledge generation and transfer.

Keywords: organizational and management innovation; resource-based view; innovation-driven development; dynamic capacity; new methods of management; new organizational arrangements.

Задача обеспечения инновационного развития российских компаний сформулирована на уровне государственной экономической политики [1]. В условиях санкций, российские предприятия должны находить внутренние резервы для повышения конкурентоспособности. Поиск данных резервов часто требует введения новых методов управления и организации, как на основе собственных разработок, так и внедрения зарубежных управленческих технологий, которые, сами по себе, вряд ли окажутся в санкционных списках. Решение дан-

© КарликА.Е., Платонов В.В., 2017.

ной задачи невозможно без осуществления организационно-управленческих инноваций [4]. Можно с уверенностью утверждать, что такая задача вполне осуществима, так как революция в информационных технологиях и средствах коммуникации создает возможность внедрения более действенных альтернатив традиционным подходам к управлению и организации в реальном секторе экономики [9]. Например, информационные и коммуникационные технологии позволяют решить задачу формирования структур обеспечения деятельности средних предприятий в промышленности и строительстве, в значительной степени, компенсируя существовавший до начала новой информационной эпохи принципиальный недостаток предприятий меньших размеров, обусловленный возможностью крупных предприятий достигать экономии на постоянных издержках. Ранее, недостаток меньших по размеру предприятий проявлялся при финансировании основных средств и вложений в НИОКР. Особый вид организационно-управленческих инноваций позволяет использовать одни ресурсы – информационные и коммуникационные для того, чтобы «получать доступ, комбинировать, использовать и развивать» [5. С. 11] другие ресурсы. В терминах ресурсно-ориентированного подхода это означает формирование новых организационных способностей. Концептуальное содержание организационно-управленческой инновации, в этом случае, состоит в создании новых организационных способностей, которые позволяют использовать нематериальные ресурсы (информационные технологии) для роста объемов использования материальных и финансовых ресурсов.

Указанная возможность может быть реализована путем сетевых инноваций – особого типа организационно-управленческих инноваций, содержание которых заключается в формировании сетевых структур и механизмов. В этом случае, участники сети получают доступ к ресурсам друг друга. К настоящему времени изучены многие закономерности формирования и функционирования кооперационных сетей [3, 11], но до сих пор не завершено формирование концептуальных основ обеспечения внутрифирменных и межфирменных организационно-управленческих инноваций. Вместе с тем, оно представляет собой необходимую предпосылку для разработки управленческих процедур на уровне стратегического и функционального менеджмента (в части управления проектами и управления инновациями). От управленческой и экономической науки требуется формирование концептуальной основы и создание такого методического обеспечения сетевых организационно-управленческих инноваций, которое позволит минимизировать транзакционные издержки и сделать проекты организационно-управленческих инноваций экономически оправданными.

Нам представляется, что задача формирования концептуальных основ обеспечения внутрифирменных и межфирменных организационно-управленческих инноваций должна быть решена следующим образом. Во-первых, следует выделить и конкретизировать основные аспекты проблемы реализации организационно-управленческих инноваций в соответствии с ресурсно-ориентированным подходом и комбинированием дескриптивного и нормативного ис-

следования, а также осуществлением методических разработок, направленных на решение прикладных проблем.

Применение ресурсно-ориентированного подхода означает, что конкурентоспособность предприятия является функцией от его ресурсов, организационных способностей, индивидуальных компетенций сотрудников и применяемых технологий. На этой основе для исследователей, в том числе аспирантов, предоставляется возможность изучить разнообразные аспекты этой большой проблемы и учесть все многообразие факторов влияния организационно-управленческих инноваций на повышение эффективности и результативности деятельности предприятий. В качестве примеров частных аспектов проблемы формирования условий для организационно-управленческих инноваций следует назвать такие аспекты, как формирование экономических предпосылок возникновения данного вида инноваций, уточнение видов эффекта и конкретизация форм реализации эффекта организационно-управленческих инноваций, определение форм и механизмов создания и внедрения новых процедур управления и соответствующих организационных структур.

Нельзя забывать о том, что изучение ряда частных аспектов проблемы требует проведения междисциплинарных исследований, лежащих на стыке управления, экономики, психологии и социологии. Это относится к исследованию когнитивных аспектов проблемы, учету особенностей образования, профессионального опыта и индивидуальных особенностей лиц, принимающих решения [2], особенностей командного взаимодействия, корпоративной культуры и так далее.

Далее, требуется формирование полного представления о всей системе факторов осуществления организационно-управленческих инноваций, включая анализ подсистемы восходящих факторов, определяющих осуществление организационно-управленческих инноваций, и подсистемы нисходящих факторов, определяющих воздействие данных инноваций на эффективность и результативность внедрения результатов НИКОР, и процесс организационной трансформации на предприятиях реального сектора. Весьма интересным могло стать изучение факторов осуществления организационно-управленческих инноваций в рамках системной парадигмы, разработанной Г.Б. Клейнером [6, 7]. Наконец, важным методологическим ресурсом для развития концептуальных основ организационно-управленческих инноваций может стать задел, созданный в рамках школы интеллектуального капитала [8].

Для формирования концептуальных основ исследования организационно-управленческих инноваций мы разработали модель внутриорганизационных факторов, определяющих эффективность данного процесса (рис. 1.). При разработке модели мы исходи из того, что система факторов, определяющих интенсивность организационно-управленческой инновации, по своему характеру, относится к различным процессам воспроизводства внутриорганизационного знания (формирование – передача – накопление – внедрение) [12], а также манифестации внутрифирменного знания и как ресурса, и как эффекта.

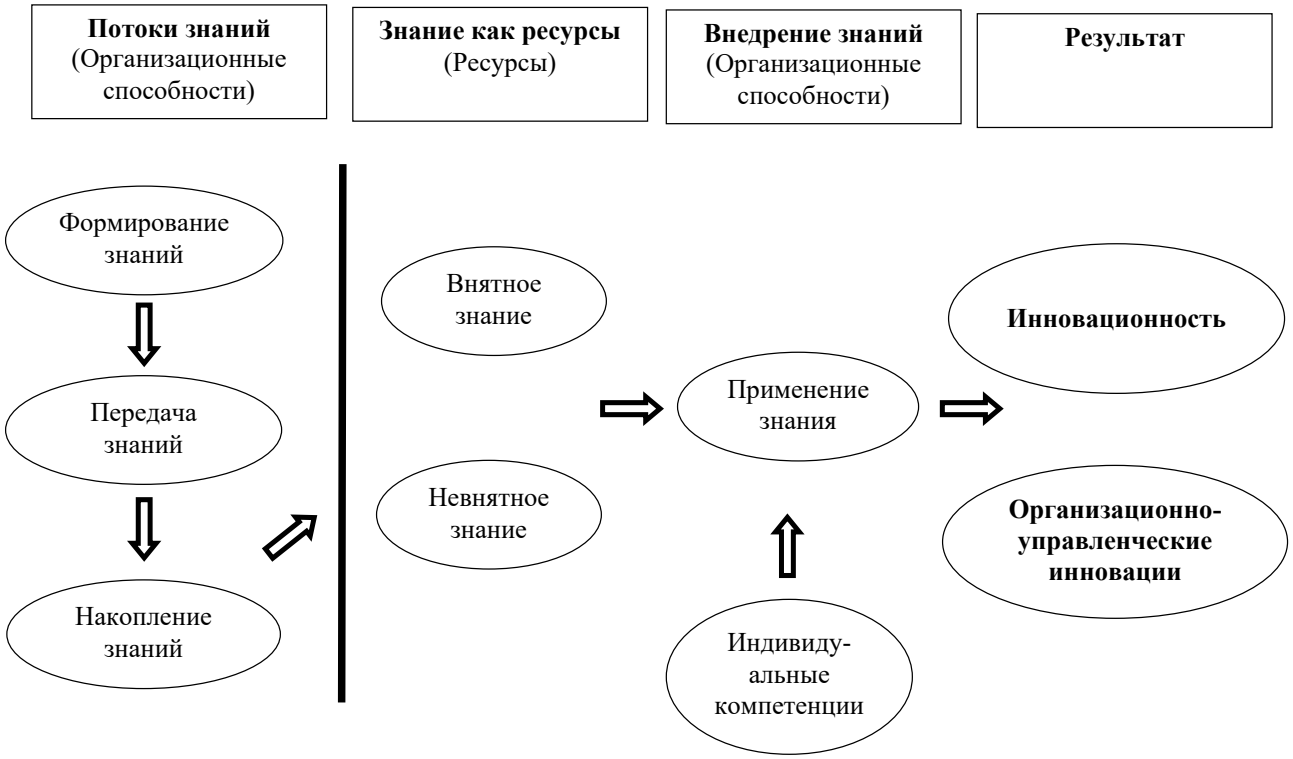


Рис. 1. Логическая модель факторов инновационности предприятия и организационно-управленческой инновации

В рамках такой модели единственным существенным внутриорганизационным фактором, определяющим результативность организационно-управленческой инновации, помимо атрибутов внутриорганизационного знания, являются индивидуальные компетенции, оказывающие модерирующее воздействие на процесс организационно-управленческой инновации.

Модель призвана дифференцировать организационно-управленческие инновации от других результатов процесса воспроизводства внутриорганизационного знания является. Поэтому, наряду с организационно-управленческими инновациями, в качестве результирующей переменной вводится «инновационность». Если на основе логической модели построить эмпирическую модель, эта переменная выполняла бы роль контрольной. При этом, мы используем классическое понимание инновационности как склонности к генерированию, восприятию и внедрению новых идей, процессов, продуктов, и услуг [13]. Существенный момент заключается в том, что факторы модели, которые относятся к организационным способностям (блок: потоки знаний и блок: внедрение знаний), сами являются объектом управленческого воздействия, в том числе путем разработки и внедрения новых методов организации и управления. Например, передача знаний интенсифицируется внедрением механизмов взаимодействия между сотрудниками, а накоплению внутриорганизационного знания способствует внедрение информационных технологий хранения и систематизации знаний. Наиболее чувствительным, в организационно-экономическом плане, является процесс применения знаний. Этот процесс не только непосредственно обуславливает результативность инновационной деятельности, но и тре-

бует существенного финансового обеспечения. По нашему мнению, такой ключевой процесс для воспроизводства нематериальных активов (знаний) должен быть объектом регулярной процедуры бюджетирования на предприятии [10].

В заключении отметим, что недостаточная разработанность проблематики организационно-управленческих инноваций препятствует совершенствованию систем менеджмента на предприятиях. Так, вопросы осуществления организационно-управленческих инноваций менее проработаны в программах инновационного развития российских компаний по сравнению с научно-техническими нововведениями, хотя обеспечение последних во многом определяется успехом организационно-управленческих инноваций [4]. Поэтому изучение организационно-управленческих инноваций обладает высокой практической актуальностью и представляет весьма перспективную область для научных исследований.

Список литературы

1. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. Утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. №2227-р. М.: Минэкономразвития России, 2011. 136 с.
2. *Дюков И.И., Платонов В.В*. Подход к исследованию формирования интеллектуального потенциала инновационных менеджеров в процессе непрерывного образования // Экономика и управление. 2012. №8. С. 42-47.
3. *Дятлов С.А.* Сетевые эффекты и возрастающая отдача в информационно-инновационной экономике// Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2014. №2. С. 7-11
4. *Карлик А.Е., Платонов В.В.* Организационно-управленческие инновации: резерв повышения конкурентоспособности Российской промышленности // Экономическое возрождение России. 2015. №4. С. 34 -44.
5. *Карлик А.Е., Платонов В.В.* Современные направления исследования экономики предприятия и управления инновациями: Учеб. пособие для аспирантов. СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2013. 101 с.
6. *Клейнер Г.Б.* Системная парадигма и теория предприятия // Вопросы экономики. 2002. №10. С. 47–49.
7. *Клейнер Г.Б.* Системная парадигма и системный менеджмент // Российский журнал менеджмента. 2008. №3. С. 27–50.
8. *Ковалева А.С.* Интеллектуальные ресурсы и интеллектуальный капитал: обзор основных подходов / Управление персоналом. Ученые записки. Под ред. В.К. Потемкина. СПб., 2010. С. 84-88.
9. *Платонов В.В.* «Парадокс Солоу» двадцать лет спустя или об исследовании влияния инноваций в информационных технологиях на рост производительности // Финансы и бизнес. 2007. №3. С. 28-39.
10. *Платонов В.В.* Учет инвестирования в нематериальные активы как средство устранения разрыва между стратегией и бюджетом предприятия // Финансы и бизнес. 2006. №4. С. 80-85.
11. *Платонов В.В., Бергман Ю.П., Хултин Т.* Влияние трансграничных кооперационных сетей на динамику инновационной деятельности в приграничных регионах // Финансы и бизнес. 2010. №1. С.47-64.
12. *Dosi, G., Nelson, R., Winter S.* The nature and dynamics of organizational capabilities. Oxford: Oxford University Press, 2000.
13. *Thompson V.A.* Bureaucracy and innovation, 1965. Administrative Science Quarterly Vol. 10 No. 1, pp. 1-20.
14. *Van den Berg H.* Models of Intellectual Capital Valuation: A Comparative Evaluation//Working papers Queen's University Kingston. 2003. pp. 234-259.

УДК 336

Косоногова Екатерина Сергеевна
Евстифеева Виктория Всеволодовна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЗАТРАТ НА СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ В РЕКЛАМНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В статье изучены проблемы исследования теоретических и методических положений организации учета затрат на стратегическое развитие в сфере рекламного бизнеса. Предметом исследования является совокупность теоретических и практических вопросов формирования учетной информации организации рекламного бизнеса. Методы и методологические исследования: в работе применены методы анализа, синтеза, обзорные и статистических наблюдений. В результате проведенных исследований разработаны рекомендации по совершенствованию организации учета.

Ключевые слова: затраты, калькулирование, рекламный бизнес, стратегически развитие, проект.

Kosonogova Ekaterina, S.
Evstifeeva Victoria, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

FEATURES OF COST ACCOUNTING FOR THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION

Abstract. In the article the problem of theoretical and methodical regulations of the organization of cost accounting for strategic development in the field of advertising. The subject of research is a combination of theoretical and practical issues of formation of accounting information organization of the advertising business. Methods and methodological research: methods of analysis, synthesis, observation and statistical surveys. As a result of the research developed recommendations for improving the organization of accounting.

Keywords: costs, calculation, advertising, strategic development, project.

Стратегическое развитие рекламной организации во многом зависит от достаточности и долгосрочности источников финансирования, оценки их стоимости и соотнесения с будущими доходами [2, 7]. В связи с эти необходимо информационное обеспечение? характеризующее стратегические устойчивое развитие, которое может быть представлено как в рамках управленческого учета и управленческой отчетности, так и в рамках нефинансовой отчетности, например отчетности об устойчивом развитии [6].

Рекламный продукт обладает рядом специфических особенностей производства и реализации, которые существенно влияют на организацию учета затрат и принятие управленческих решений в области ценообразования и управ-

© Косоногова Е.С., Евстифеева В.В., 2017.

ления эффективностью деятельности таких организаций. Данный продукт обладает мультиатрибутивными характеристиками, которые включают:

− взаимосвязанное сочетание материально-вещественной формы (продукции) с результатами оказания услуг (например, организация рекламного мероприятия предполагает наличие рекламных материалов в сочетании с услугами разработки концепции и проекта мероприятия, организации и проведения мероприятия, логистического сопровождения);

− все элементы продукта взаимосвязаны и не могут быть реализованы и приносить экономическую выгоду по отдельности;

− клиентоориентированнность и индивидуальность продукта (не типичный продукт, отсутствие повторяемости структуры и вида продукта для каждого конкретного заказчика);

− рекламный продукт имеет специфический цикл производства и продажи, так как стадия сбыта преимущественно предшествует стадии заготовления и производства, что обусловлено клиентоориентированностью продукта;

− высокий уровень конкуренции на рынке сервисных услуг сопровождения бизнеса, разнообразие предоставляемых продуктов типа;

− высокий уровень ресурса труда, интеллектуального и информационного ресурса при создании продукта [4].

Эти особенности и сложности при принятии управленческих решений предопределяют необходимость использования нетрадиционных подходов при разработке методики учета и планирования затрат организации.

Исследование особенностей рекламного бизнеса позволили сделать вывод о необходимости интегрированного подхода к калькулированию стоимости продукта и осуществление затрат на обеспечение стратегического развития предприятия. В качестве основных методов, подлежащих интеграции можно предложить функционально-стоимостной, позаказный и маржинальный (директ-костинг) [1].

На рис. 1 приведены ключевые факторы организации учета затрат и их взаимосвязь с рекомендуемыми методами учета на основе выделения ключевых проблем при принятии управленческих решений в организации рекламного бизнеса.

Для целей реализации предложенных методов необходима научно обоснованная классификация затрат. Полагаем, что необходимо подразделение затрат на основные и накладные, прямые и косвенные, постоянные и переменные. Основные затраты на оплату труда как основной элемент стоимости рекламного продукта могут принимать форму прямых или же косвенных затрат. Деление затрат на прямые и косвенные затраты носит технический характер, обуславливается ни их экономическим смыслом, а техникой калькулирования. Калькулирование как процесс включения затрат в состав единицы продукции позволяет выделить те затраты, которые математически в полном объеме можно включить в функцию себестоимости единицы изделия, и затраты нуждающиеся в распределении (рассеивании) [3].

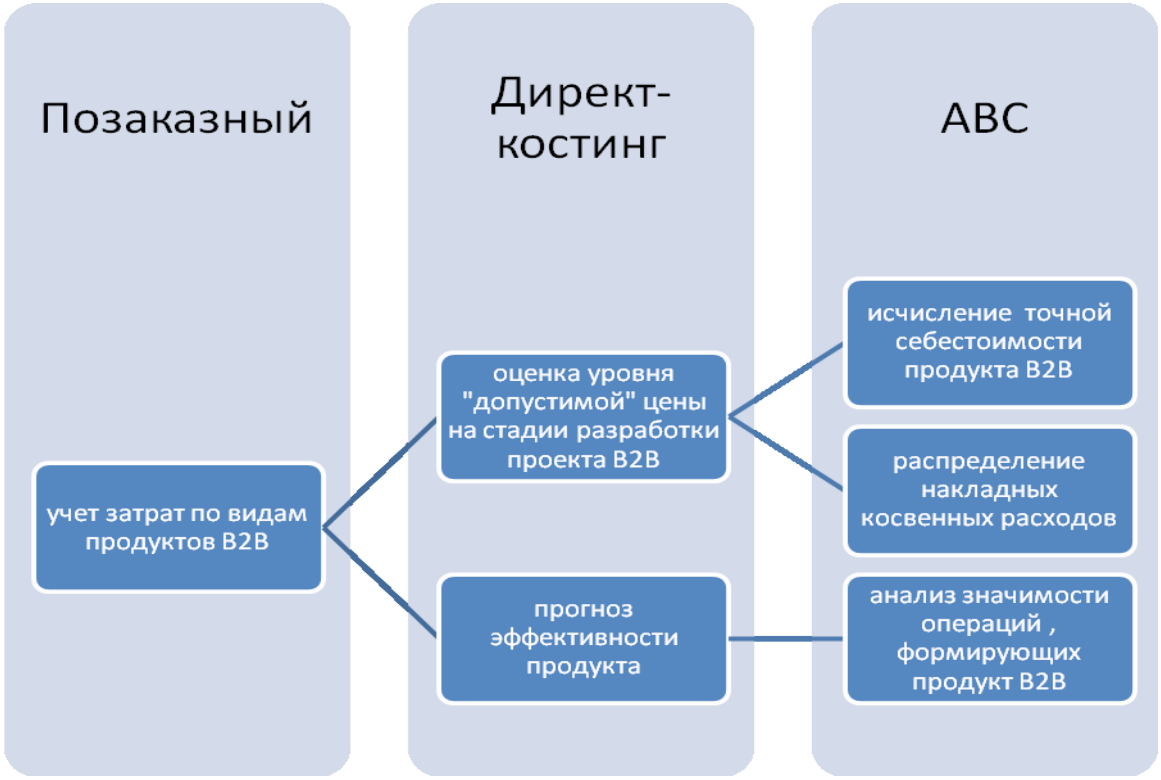


Рис. 1. Взаимосвязь задач и методов учета стоимости рекламного продукта

Рассмотренный подход к организации учета практике может быть реализован на следующих этапах калькулирования:

– учет затрат по функциям (местам затрат) в постатейном разрезе с учетом используемых видов экономических ресурсов (труд, материалы, нематериальные активы и оборудование, услуги сторонних организаций и др.);

– включение затрат в стоимость процессов (операций), формирующих рекламный проект на основе cost-driver (ставок поглощения процессами ресурсов); при этом экономически и технически обосновывается ставка поглощения операцией ресурса;

– расчет конечной стоимости бизнес-процессов и операций путем перераспределения стоимости вспомогательных и обслуживающих операций на стоимость основных;

– распределение согласно выбранным ставкам распределения затрат стоимости операций на конкретные рекламные проекты.

Список литературы

1. *Вахрушина М.А.* Бухгалтерский управленческий учет. М.:Омега-Л, 2011.570 с.

2. *Косоногова Е.С.* Информационное обеспечение процесса привлечения внешнего финансирования / Сб. матер. IV Междунар. науч.-практ. конференции / Под ред. А.Е. Карлика. СПб: СПбГЭУ, 2015. С. 455-457

3. *Косоногова Е.С.* Особенности классификации затрат по экономической роли в производстве // Управленческий учет. 2016. №2. С. 14-21.

4. *Косоногова Е.С.* Учетно-аналитическое обеспечение управления в сфере сервиса: Монография / Е. С. Косоногова. СПб.: СПбГУСЭ, 2011. 159 с.

5. *Маняева В. А.* АВС-метод – информационная система стратегического управленческого учета расходов по видам деятельности // Международный бухгалтерский учет. 2011. № 2. С. 25.

6. *Пашигорева Г.И., Косоногова Е.С.* Отчетность об устойчивом развитии (GRI): концепция развития / Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке: Науч. сессия проф.-преп. состава, науч. сотр. и аспирантов по итогам НИР за 2015 год: Сб. лучших докл. 2016. С. 51-53.

7. *Бажаева Т.С., Гиоев Г.В., Заборовская О.В., Копачев А.А., Косоногова Е.С., Морунова Г.В., Родионов Д.Г., Самойлова Л.К., Федоров К.И.* Финансы: Учебник. СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2012. 303 с.

УДК 336

Косоногова Екатерина Сергеевна
Савельев Владислав Николаевич
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ В СФЕРЕ БИЗНЕС-АВИАЦИИ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности анализа экономической эффективности в сфере бизнес-авиации. Предметом исследования является совокупность теоретических и практических вопросов анализа экономической эффективности в сфере бизнес-авиации. Ключевым звеном системы экономического анализа организации является анализ финансового результата и экономической эффективности. Качество выбранной методики анализа предопределяет адекватность и своевременность оценки эффективности, результативности процесса оказания услуг и продажи продукта и организации в целом.

Ключевые слова: экономический анализ, услуги, бизнес-авиация, эффективность.

Kosonogova Ekaterina, S.
Savelyev Vladislav, N.
Saint-Petersburg State University of Economics

ANALYSIS OF ECONOMIC EFFICIENCY IN THE SPHERE OF BUSINESS AVIATION

Abstract. The article considers the peculiarities of analysis of economic efficiency in the sphere of business aviation. The subject of research is a combination of theoretical and practical issues of analysis of economic efficiency in the sphere of business aviation. A key element of the system of economic analysis of the organization analysis of the financial results and economic efficiency. The quality of the chosen method of analysis determines the adequacy and timeliness of performance evaluation, the effectiveness of the process of providing services and sale of product and the organization as a whole.

Keywords: economic analysis, services, business aviation efficiency.

© Косоногова Е.С., Савельев В.Н., 2017.

Информация об эффективности деятельности организации представляет интерес как для внешних пользователей в рамках бухгалтерской (финансовой) отчетности и аналитических данных, так и сточки зрения учетно-аналитических аспектов формирования информации для принятия управленческих решений со стороны менеджмента организации и собственников. Анализ рентабельности и финансовых результатов финансово-хозяйственной деятельности, обоснование и выбор методов анализа финансового результата являются актуальным направлением исследования [1, 6]. Особый интерес с точки зрения пользователей, в том числе при привлечении финансирования представляет анализ финансового результата и эффективности деятельности организации в разрезе видов деятельности с учетом ее отраслевых особенностей [2]. Исследуемая сфера бизнес-авиации обладает собственной спецификой, влияющей на порядок экономического анализа эффективности требует дополнительного изучения. Высокая зависимость показателей результативности от выбранной методологии учета, закрепленной в учетной политике организации, вариативность способов представления и уровень детализации информации в отчетности и пояснениях к ней предопределяют необходимость поиска оптимальных решений в области анализа эффективности операций по реализации услуг и формирования информации о результативности финансово-хозяйственной деятельности.

Так, в качестве дополнительных аналитических аспектов, раскрываемых в таком отчете следует рассматривать:

− особенности процесса оказания услуг и реализуемые на предприятии виды услуг;

− особенности групп и типов продаж, для формирования финансового результата по каждому типу/группе услуги, что существенно облегчит анализ рентабельности и эффективности организации по оказанию услуг [4, 5].

Исследование схем продаж, позволило уточнить, что при реализации услуг бизнес-авиации, расходы, связанные с осуществлением деятельности по своему экономическому смыслу не соотносятся с выручкой по услугам. Целесообразно внедрить обособленное представление информации по каждому виду реализации услуг с точки зрения доходов и расходов, что обеспечит адекватную оценку финансового результата, экономическую сопоставимость доходов и расходов и возможность более детализированного анализа и оценки эффективности [2]. Кроме того, в рамках каждого вида реализации услуг целесообразно выделить показатели выручки и соответствующих расходов по типам и номенклатуре услуг. Таким образом, отчет представлен в разрезе видов реализации услуг:

− Обслуживание на цикле «Взлет-посадка»;
− Авиационная безопасность;
− VIP-обслуживание в зоне «Аэровокзал»;
− Коммерческое обслуживание пассажиров в полете;
− Сопутствующие авиационные услуги.

Одновременно расходы организации представлены развернуто, детализировано по каждой функции, характерной для бизнес-авиации:

− расходы на оказание услугVIP-обслуживание на цикле «Взлет-посадка»;

− расходы на оказание услуг «Авиационная безопасность»;
− расходы на оказание услуг VIP-обслуживание в зоне «Аэровокзал»;
− коммерческое обслуживание пассажиров в полете;
− расходы на оказание сопутствующих авиационных услуг;
− прочие расходы, связанные с оказанием услуг, не относимые на конкретный вид услуг;
− коммерческие расходы на управление продажами и продвижение товара на рынке управленческие расходы;
− расходы по текущему управлению;
− расходы на развитие и изменения;
− общехозяйственные расходы.

Это обеспечит информацией для анализа влияния расходов по каждой функции и подпроцессу на конечный финансовый результат от продаж.

Одновременно доходы организации представлены развернуто, детализировано по каждой функции, характерной для бизнес-авиации:

− доходы от оказания услуг VIP-обслуживание на цикле «Взлет-посадка»;
− доходы от оказания услуг «Авиационная безопасность»;
− доходы от оказания услуг VIP-обслуживание в зоне «Аэровокзал»;
− доходы от коммерческого обслуживания пассажиров в полете;
− доходы от оказания сопутствующих авиационных услуг;
− прочие доходы, связанные с оказанием услуг.

Для формирования такого отчета необходима организация субсчетов второго порядка, обеспечивающая детализацию информации на счете 90.1 «Продажи»:

90.1.1 доходы от оказания услуг VIP-обслуживание на цикле «Взлет-посадка»;
90.1.2 доходы от оказания услуг «Авиационная безопасность»;
90.1.3 доходы от оказания услуг VIP-обслуживание в зоне «Аэровокзал»;
90.1.4 доходы от коммерческого обслуживания пассажиров в полете;
90.1.5 доходы от оказания сопутствующих авиационных услуг;
90.1.6 прочие доходы, связанные с оказанием услуг.

Счет 20 также рекомендуется организовать в разрезе типов и групп услуг:

20.1 доходы от оказания услуг VIP-обслуживание на цикле «Взлет-посадка»;
20.2 доходы от оказания услуг «Авиационная безопасность»;
20. 3 доходы от оказания услуг VIP-обслуживание в зоне «Аэровокзал»;
20.4 доходы от коммерческого обслуживания пассажиров в полете;
20. 5 доходы от оказания сопутствующих авиационных услуг;
20. 6 прочие доходы, связанные с оказанием услуг.

Представленный отчет повысит аналитичность информации о финансовых результатах и обеспечит возможность проведения факторного анализа для выявления влияния каждого вида выручки, расходов на конечную прибыль от продаж.

Расходы, которые не могут быть прямо соотнесены с выручкой конкретного вида реализации или группы услуг распределяются пропорционально себестоимости продаж/выручке [3].

Счет 44 «Расходы на продажу» следует сгруппировать в разрезе осуществляемых организацией коммерческих функций:

44.1 Расходы на логистику,

44.2 Расходы на управление продажами и продвижение товара на рынке;

44.3 Прочие расходы, связанные с осуществление торгового процесса.

Счет 26 «Общехозяйственные расходы» следует организовать в разрезе управленческих расходов и расходов на обеспечение бесперебойного функционирования предприятия (связь, безопасность, клиринг, прочие хозяйственные расходы):

26.1 Управленческие расходы (в разрезе субконто «Расходы на текущее управление», «Расходы на изменения и развитие»);

26.2 Прочие общехозяйственные расходы.

Представленный отчет позволит стандартизировать и повысит аналитичность представляемой информации о финансовых результатах и обеспечит возможность проведения факторного анализа финансовых результатов для выявления влияния каждого вида выручки, расходов на конечную прибыль от продаж. Позволит идентифицировать и адекватно оценить прибыль от продаж по каждому из действующих видов услуг. Вывить наиболее рентабельные направления продаж, а также наиболее существенные виды расходов, повлиявшие на конечный результат в наибольшей степени. Это позволит своевременно инициировать такие управленческие решения как:

− принятие управленческих решений в области оптимизации логистического процесса продаж, выбор наиболее эффективной сточки зрения финансового результата схемы номенклатуры услуг и корректировки политики заключения договоров с поставщиками и покупателями;

− принятие управленческих решений в области выбора направлений продаж и оптимизации структуры номенклатуры услуг, отсев малорентабельных продаж, принятие решений по ценообразованию и необходимости дополнительных усилий по продвижению услуг бизнес-авиации на рынке;

− принятие управленческих решений в области управления доходами расходами по их видам и в разрезе оказания услуг (анализ потенциала сокращения расходов на оказание услуг бизнес-авиации, сопоставление расходов на продвижение услуг с полученной по каждой группе прибылью и оценка их действенности, принятие решений по оптимизации структуры и динамики управленческих и общехозяйственных расходов, возможность сопоставить расходы, связанные с развитием и преобразованием организации с получаемой прибылью, ее динамикой).

Список литературы

1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник / В.Е. Губин, О.В. Губина. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. 336 с

2. *Косоногова Е.С.* Информационное обеспечение процесса привлечения внешнего финансирования/ Сб. матер. IV Междунар. науч.-практ. конференции / Под ред. А.Е. Карлика. СПб: СПбГЭУ, 2015. С. 455-457

3. *Косоногова Е.С.* Особенности классификации затрат по экономической роли в производстве // Управленческий учет. 2016. №2. С. 14-21.

4. *Косоногова Е.С.* Учетно-аналитическое обеспечение управления в сфере сервиса: Монография / Е.*С. Косоногова.* СПб.: СПбГУСЭ, 2011. 159 с.

5. *Пашигорева Г.И., Косоногова Е.С.* Отчетность об устойчивом развитии (GRI): концепция развития / Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке: Науч. сессия проф.-преп. состава, науч. сотр. и аспирантов по итогам НИР за 2015 год: Сб. лучших докл. 2016. С. 51-53.

6. *Бажаева Т.С., Гиоев Г.В., Заборовская О.В., Копачев А.А., Косоногова Е.С., Морунова Г.В., Родионов Д.Г., Самойлова Л.К., Федоров К.И.* Финансы: Учебник. СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2012. 303 с.

УДК 336

Косоногова Екатерина Сергеевна
Шеломенцева Наталья Александровна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНЕШНЕГО ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Аннотация. Статья посвящена вопросам исследования проблем привлечения внешних источников финансирования малыми предприятия. Развитие малого предпринимательства невозможно без качественного процесса управления, привлечения источников инвестирования и кредитования малого бизнеса, органичное выстраивание связей малого бизнеса с органами государственного регулирования и общественностью. Актуальность исследования определена важным местом малого предприятия в экономике государства. Важнейшее значение в свете сказанного приобретает информационное обеспечение процессов привлечения внешнего финансирования малыми предприятиями.

Ключевые слова: малое предприятие, внешние источники финансирования, информационное обеспечение.

Kosonogova Ekaterina, S.
Shelomentseva Natalia, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

FEATURES INFORMATION FOR LOANS SMALL BUSINESSES

Abstract. The article is devoted to research of problems of attraction of external sources of financing for small businesses. Small business development is impossible without a quality management process, attracting sources of investment and lending a little on business, building organic links small businesses with the regulatory agencies and the public. The relevance of the study determined the important role of small enterprises in the economy of the state. Crucial in this light, it acquires information support of processes of attraction of external funding small enterprises.

Keywords: small enterprise, external financing, information for loans.

© Косоногова Е.С., Шеломенцева Н.А., 2017.

Малые предприятия являются наиболее уязвимыми компаниями с точки зрения получения внешних источников финансирования (кредитов и займов). В качестве альтернативных традиционным источникам на международном и отечественном рынках кредитования предложены услуги микрофинансирования.

Процессы взаимодействия микро-предприятий-заемщиков и кредитных институтов на территории РФ находятся в сложном состоянии и одним из ключевых вопросов, является вопрос информационного обеспечения, представляемого кредитным институтом для получения займов и кредитов и проведения кредитного анализа, регламентируемого как международной практикой, так и рекомендациями субъектов регулирования отечественной кредитно-финансовой системы.

Национальный подход к формированию финансовой отчетности обеспечивает упрощенное ведение бухгалтерского учета, что отвечает стратегической задаче увеличения числа малых предприятия и снижения барьеров для вхождения в бизнес. Однако подготовленная в соответствии с национальными стандартами финансовая отчетность микро-предприятия не обеспечивает требуемого объема и качества информации, представляемой микрофинансовым и другим кредитным организациям для целей проведения кредитного анализа [2]. Сравнения информационного обеспечения, требуемого для международного кредитного анализа методом «С5», кредитного анализа, рекомендуемого микрофинансовым организациям РФ, Национальным союзом организаций финансовой взаимопомощи показывает, что традиционная упрощенная отчетность микропредприятия является недостаточным источником информации.

Решение данной проблемы возможно на основе такого инструмента как трансформация финансовой отчетности в формат МСФО, что позволяет с одной стороны избежать ведения параллельного учета по МСФО (что неприемлемо для малого предприятия), а с другой стороны представить отчетность более широкого информационного содержания, которое предполагает Международный стандарт финансовой отчетности для малого и среднего бизнеса [4, 5].

С этой целью исследованы ключевые области и учетные объекты предприятия, подлежащие раскрытию и адекватные методикам кредитного анализа, применяемого микрофинансовыми организациями. А также систематизированы и классифицированы те трансформационные процессы, которые необходимы для подготовки такой отчетности. Предложен порядок реализации трансформационных процессов.

Таким образом, можно сделать следующие основные выводы:

− проведение исследования в области теоретических и организационно-методических положений учета на малом предприятии актуально как с точки зрения научного обоснования (формулировки ее понятия, определения ее места в учетной системе), так и для прикладного использования на предприятиях разных сфер деятельности;

− одной из ключевых проблем привлечения финансирования малым предприятием является недостаточная детализация и информационная насыщенность бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах (в связи с укрупнением статей отчетов и допущением, отраженным в приказе «О формах

бухгалтерской отчетности» об отражении в пояснительной записке только наиболее существенных аспектов по усмотрению самого малого предприятия);

− отсутствие информационного обеспечения систем управления и планирования на предприятии ведет к формальному упрощенному учету, который не позволяет формировать релевантную информацию, что приводит к неадекватным управленческим решениям.

− трудоемкость учета на малых предприятиях не является актуальной проблемой, в связи с тем, что уровень и темпы развития IT-технологий очень высоки.

Необходимо отметить социальную значимость малых предприятий и необходимости контроля со стороны государства и общественности [3].

Отраслевая принадлежность экономического субъекта – важнее масштаба деятельности для организации бухгалтерского учета. Отраслевой признак влияет на особенности организации учета в субъектах малого предпринимательства:

− стоимостной показатель (уровень доходов) или численность носят конъюнктурный характер, отчасти, обусловленный макроэкономическими и политическими факторами, не могут быть положены в основу градации построения учета на предприятии и предопределять выбор и обоснование методологии и инструментария бухгалтерского учета на малых предприятиях при привлечении внешнего финансирования;

− для обоснования и выбора методики бухгалтерского учета необходима дополнительная внутренняя классификация малых предприятий по организационному, отраслевому, жизненному циклу предприятия признакам;

− поиск решений указанных проблем и задач должен базироваться на подходах дифференциации и сегментирования предприятий малого бизнеса на основе определенных критериев и условий, что позволит предложить оптимальную модель учета и отчетности для конкретного субъекта в каждом из «сегментов»;

− целесообразно разработать методическую «карту» определяющею подходы и инструменты учета для каждой подгруппы предприятий в зависимости от сложности их деятельности и отраслевой принадлежности, потребности в организационном обеспечении процессов планирования, анализа и управления;

− исходя из результатов проведенного исследования различий в учетных принципах РСБУ и МСФО в отношении ключевых объектов учета малых предприятий, в диссертации сформирован общий подход к основным трансформационным процессам, необходимым для формирования финансовой отчетности для целей кредитного анализа на рынке микрофинансирования. В частности, особое внимание уделено формированию информации о внеоборотных и оборотных активах предприятия с точки зрения использования данной информации в расчете аналитических коэффициентов и рейтинговой оценки предприятия;

− требует расширения перечень объектов, подлежащих трансформации наиболее существенных для малых предприятий, с учетом ограничений существующих подходов к отчетности малого предприятия в рамках РСБУ, что выражается в слабом отражении внеоборотных активов, собственного капитала, более достоверной оценке запасов, занижения величины прибыли и слабого на-

копления нераспределенной прибыли в бухгалтерском балансе и других информационных аспектов, актуальным при реализации привлечения заемного капитала на рынке заемного капитала;

− большинство малых предприятий не имеют методической базы в виде четко определенных процессов и процедур, необходимых для формирования отчетности для целей кредитного анализа, предоставления инвесторам и иным пользователям.

В качестве направлений решения группы проблем, связанных

− расширение перечня ключевых областей и объектов учета малого предприятия, подлежащих представлению в бухгалтерской отчетности с учетом информационных потребностей в рамках кредитного анализа заемщика, которая включает в себя такие области, как признание и оценка внеоборотных активов, а также активах, по экономическому смыслу, являющихся источниками альтернативного дохода и роста капитализации предприятия.

− использование трансформационных процедур финансовой отчетности малого предприятия для целей проведения кредитного анализа. К таким процедурам следует отнести расширение перечня отчетов (дополнение отчетом о движении денежных средств), внедрения альтернативных методов оценки в части признания внеоборотных активов предприятия, расширение и детализация сведений в пояснительной записке отчетности, детализация сведений о выручке по видам деятельности,

− развитие методического обеспечения, в том числе повышение информативности пояснительной записки малого предприятия для представления кредитным институтам с целью проведения кредитного анализа.

Список литературы

1. Федеральный закон от 24.07.2007 №209-ФЗ (ред. от 29.12.2015) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

2. *Косоногова Е.С.* Информационное обеспечение процесса привлечения внешнего финансирования/ Сб. матер. IV Междунар. науч.-практ. конференции / Под ред. А.Е. Карлика. СПб: СПбГЭУ, 2015. С. 455-457.

3. *Косоногова Е.С.* Учетно-аналитическое обеспечение управления в сфере сервиса: Монография / *Е.С. Косоногова*. СПб.: СПбГУСЭ, 2011. 159 с.

4. *Пашигорева Г.И., Косоногова Е.С.* Отчетность об устойчивом развитии (GRI): концепция развития / Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке: Науч. сессия проф.-преп. состава, науч. сотр. и аспирантов по итогам НИР за 2015 год: Сб. лучших докл. 2016. С. 51-53.

5. *Бажаева Т.С., Гиоев Г.В., Заборовская О.В., Копачев А.А., Косоногова Е.С., Морунова Г.В., Родионов Д.Г., Самойлова Л.К., Федоров К.И.* Финансы: Учебник. СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2012. 303 с.

330.34/332.133.6

Куценко Екатерина Эдуардовна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОГО КООПЕРИРОВАНИЯ В ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

Аннотация. По мере развития отрасли информационно-коммуникационных технологий, интенсивные и непрерывные процессы потребления и обновления знаний вызывают необходимость осуществления экономическими агентами непрерывной инновационной деятельности. Инновации на этапе их разработки и внедрения требуют мобилизации крупных средств и сопряжены со значительным риском, что способствует формированию различных форм межфирменной кооперации. Крупные межфирменные объединения могут предпринимать усилия по ускоренной коммерциализации научных идей и инновационной деятельности, быстрее доводить их результаты до потребителей, осваивать и сохранять за собой рынки сбыта. Наиболее распространенной формой подобного взаимодействия является кластер, который за счет внутренней сетевой организации при реализации внутренних инновационных и инвестиционных проектов обеспечивает участникам кооперационного объединения устойчивое конкурентное преимущество в долгосрочной перспективе.

Ключевые слова: научно-производственное кооперирование, экономика знаний, кластерная структура, открытые инновации, стабильное конкурентное преимущество.

Kutsenko Ekaterina, E.
Saint-Petersburg State University of Economics

THE ORGANIZATIONAL CONDITIONS OF DEVELOPMENT THE SCIENTIFIC AND PRODUCTION COOPERATION IN THE KNOWLEDGE ECONOMY

Abstract: In connection with the development of the industry of information and communication technologies, the intensive and continuous processes of consumption and updating of knowledge cause the need of realization of the continuous innovative activity of economic agents. On the stage of innovation development and implementation it require the mobilization of large funds and link with considerable risk and contributes to the formation of different forms of intercompany cooperation. The big intercompany alliances can take efforts to the fast-track of commercialization of scientific ideas and innovation activity, to bring their results to consumers faster, to explore markets and retain them to themselves. The most common form of such interaction is the cluster, which due to the internal network organization for the implementation of internal innovation and investment projects provide participants of cluster the sustainable competitive advantage in the long term.

Keywords: research and production cooperation, knowledge economy, the cluster structure, the open innovations, stable competitive advantage.

Информационная асимметрия и отсутствие взаимного обмена знаниями между экономическими агентами способствуют поддержанию постоянно высоких рисков ведения бизнеса в России, что проявляется, в первую очередь, в точечном характере инновационного развития и высокой стоимости банковских

© Куценко Е.Э., 2017.

кредитов. Иными словами, при отсутствии доступа к «длинным деньгам» компании реального сектора значительно сужают горизонты своего инвестиционного планирования, что полностью гасит их интерес к внедрению инноваций. В том же направлении работает и фактор монополизации: при сложившемся уровне конкуренции инновационная активность не приносит бизнесу каких-либо преимуществ и осуществляется, как правило, в тех случаях, когда она напрямую финансируется государством [6. С. 32].

Продолжительный характер подобного функционирования способствует упрощению производственной структуры (вместо ее диверсификации) и истощает инвестиционные возможности бизнеса, что приводит к последовательному замещению частных капитальных вложений государственными и «блокированию» возникновения стимулов для самостоятельного инновационного развития экономических агентов.

Принимая во внимание, что в настоящее время отмечается активное развитие сферы информационно-коммуникационных технологий и знания становятся реальным экономическим ресурсом, вопрос трансформации и распределения информационных потоков среди участников научно-производственного процесса становится достаточно актуальным. Непрерывность образования и доступность ресурсов знаний – одна из основных тенденций экономики знаний, приводящая к интенсивному и непрерывному потреблению и обновлению знаний и необходимости осуществления экономическими агентами непрерывной инновационной деятельности. [3. С. 248; 4].

Именно инновационная деятельность представляет собой основу конкурентоспособности предприятий и фирм, которая позволяет выигрывать состязания за рынки сбыта продукции путем освоения и выпуска новых, более совершенных и потому более привлекательных для потенциальных потребителей видов продукции, повышать эффективность производственной деятельности за счет освоения новых ресурсов и сырьевых рынков, разработки и внедрения более экономичных технологий производства.

Однако, продуктовые и технологические инновации на этапе их разработки и внедрения требуют мобилизации крупных средств и сопряжены со значительным риском. Существуют некоторые пороги затрат, которые необходимо преодолеть для того, чтобы реализовать крупное, перспективное новшество, при этом положительный эффект не гарантирован. Эти соображения заставляют предприятия-инноваторы искать новые формы управления и организации производства, новые формы взаимодействия с предприятиями-конкурентами вплоть до сотрудничества [5. С. 54-55].

Несмотря на преимущественную консервативность российских отраслевых рынков, заключающейся в первую очередь в отсутствии доверия между экономическими агентами и стремлении бизнеса максимально сохранить коммерческую тайну, гарантируя для себя конкурентное преимущество, по мере роста объемов информации, поступающей из внешней среды, и динамики развития информационно-коммуникационных технологий, объективно необходимым является переход от закрытого способа осуществления инновационной деятельности к открытому. Формируется потребность в непрерывном создании инновационных продуктов (услуг) унифицированного и индивидуального

спроса, которую наиболее эффективно возможно удовлетворить при помощи межфирменного научно-производственного кооперирования.

Открытые инновации осуществляются несколькими фирмами, при этом каждый партнер идет на сокращение причитающейся ему относительной доли в новой стоимости, создаваемой инновацией, в обмен на возрастание своей абсолютной доли. Принятие решения об открытой инновации тождественно принятию решения об участии в инновационной сети: она требует сетевого взаимодействия и без него невозможна [2. С. 53]. Разнообразие контактов с разобщенными между собой партнерами означает более быстрый доступ к разносторонней и уникальной информации [2. С. 59]. Взаимодействие участников в качестве автономной сетевой структуры способствует накоплению акторами особых нематериальных активов – доверия и навыков координации совместной хозяйственной деятельности.

Объединение капиталов предприятий и фирм позволяет создать финансовый потенциал, необходимый для покрытия расходов на инновации, сконцентрировать научно-технический потенциал, мобилизовать высококвалифицированную рабочую силу на реализацию долгосрочных и дорогостоящих научно-технических и инновационных программ. Обладая достаточным потенциалом, крупные межфирменные объединения могут предпринимать усилия по ускоренной коммерциализации научных идей и инновационной деятельности, быстрее доводить их результаты до потребителей, осваивать и сохранять за собой рынки сбыта [5. С. 55].

Наиболее перспективным с точки зрения формирования научно-производственных кооперационных структур является объединение структурно неэквивалентных участников, позволяющее максимально использовать организационные особенности, присущие каждому виду акторов. Крупным предприятиям кооперация позволяет избежать чрезмерной дифференциации и «распыления» ресурсов, обеспечивает возможность маневрировать без существенного изменения собственной структуры, в том числе позволяет привлекать квалифицированных специалистов в нужный момент и на определенный срок. Средние и мелкие предприятия получают возможность заниматься преимущественно апробацией новшеств, доведением нового продукта или технологии до того уровня, когда становится возможным массовое производство. Образовательные организации, в свою очередь, получают возможность формирования кадрового резерва отрасли в результате тесного взаимодействия с бизнесом, исходя из реально существующей потребности рынка, научные организации получают возможность апробации и коммерциализации собственных разработок.

Подобные научно-производственные структуры, по опыту мировой практики, развиваются в форме инновационных кластеров, которые могут рассматриваться в качестве одного из современных подходов к открытым инновациям, поскольку предполагают, что инновации создаются конкурирующими фирмами в кооперации с контрагентами, а также институтами знаний, способствующими появлению инноваций, в условиях формирования региональной инновационной системы [5. С. 56].

Помимо экономического эффекта, некоторые формы кластерных структур вполне способны совмещать решение социальных задач, что является край-

не важным в условиях усиления социальной ответственности бизнес-структур любого масштаба [1. С. 20].

По своей экономической сущности кластеры занимают промежуточное место между автономными организациями, региональными отраслевыми комплексами и альянсами, и транслируют особенности указанных экономических систем. Кластер обладает всеми признаками проектной системы, так как является результатом сознательных организационных усилий лиц, рассматривающих формирование кластера как проект [1. С. 36]. Более того, взаимодействие участников кластера предполагается в форме совместной реализации конкретных инновационных и инвестиционных проектов. Это подтверждает тезис о возможности достижения конкурентного преимущества в долгосрочной перспективе преимущественно за счет межфирменного научно-производственного взаимодействия и актуальность формирования для реализации совместных проектов кластерной структуры.

Список литературы

1. Кластерные политики и кластерные инициативы: теория, методология, практика: Колл. монография / Под. ред. *Ю.С. Артамоновой, Б.Б. Хрусталева*. Пенза: ПГУАС, 2014. 212 с.

2. *Платонов В.В., Бергман Ю.П., Хултин Т.* Влияние трансграничных кооперационных сетей на динамику инновационной деятельности в приграничных регионах // Финансы и бизнес. 2010. №1. С. 47-64.

3. *Силкина Г.Ю.* Динамические аспекты менеджмента знаний в обеспечении инновационной активности предприятий / XI междунар. науч.-практ. конференция «Современный менеджмент: проблемы и перспективы». Сб. статей: в 2 ч. СПб.: СПбГЭУ, 2016. С. 244-248.

4. *Силкина Г.Ю., Шевченко С.Ю.* Инновационные процессы в экономике знаний. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2014. 167 с.

5. *Силкина Г.Ю., Шувал-Сергеева Н.С.* Конкуренция и кооперация как формы взаимодействия хозяйствующих субъектов в инновационной сфере / Модернизация экономики регионов России: проблемы, ориентиры и факторы развития. Матер. Всеросс. науч.-практ. конференции, посвященной 55-летию ТИИТюмГНГУ. Тюмень, 2011. С. 54-57.

6. *Смородинская Н.В.* Сетевые инновационные экосистемы и их роль в динамизации экономического роста // Инновации. 2014. №7. С. 27–33.

УДК 336

Ланская Дарья Владимировна
Панченко Антон Николаевич
Кубанский государственный университет

ФАКТОР ЗДОРОВЬЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Аннотация. В статье рассматривается формирование конкурентоспособности корпорации экономики знаний с позиции формирования и развития человеческого капитала, к числу основных слагаемых которого авторы относят создание знаний или духовное производство и запас здоровья. Показано, что развитие профилактического направления в здраво-

© Ланская Д.В., Панченко А.Н., 2017.

охранении решает проблему раннего выявления отклонений и позволяет обеспечить основу для роста и развития индивидуального человеческого капитала

Ключевые слова: духовное производство, здоровье, корпорация знаний, общество, основанное на знаниях, человеческий капитал, экономика знаний.

Lanskaya Dariya, V.
Panchenko Anton, N.
Kuban State University

FACTOR OF HEALTH IN THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL

Abstract. The article examines the formation of the corporation competitiveness of the knowledge economy from the standpoint of the formation and development of human capital, one of the basic terms which the authors attributed the creation of knowledge or intellectual production and supply of health. It has been shown that the development of preventive health care in the early detection of deviations solves the problem and allows you to provide a basis for the growth and development of individual human capital.

Keywords: spiritual production, health, knowledge of the corporation, a society based on knowledge, human capital, knowledge economy.

В конце XX в. общество перешло от индустриального этапа к постиндустриальному, в основании которого формируется экономика знаний, связанная с пятым-шестым технологическими укладами. Духовное производство или производство знаний является важнейшим содержанием экономики знаний [3].

Экономика знаний представляет собой принципиально новую систему генерации, накопления и применения знаний в воспроизводственном процессе. Корпорация экономики знаний выступает особым субъектом экономических отношений в обществе, основанном на знаниях. Главным отличием такой корпорации является применение инструментов роста, измерения и развития человеческого капитала [4].

В экономике знаний важнейшим источником роста капитализации и ценности компаний становятся инвестиции в развитие человеческого капитала.

В современных условиях проблема наращивания конкурентных преимуществ за счет эффективного использования человеческого капитала, потенциал которого связан не только со способностью к более производительному труду, но и возможностью выработки и реализации новых идей, технологий, с обеспечением их восприятия и распространения, приобретает особую актуальность.

Известно, что конкурентоспособность экономических систем формируется за счет эффективного использования ресурсов при помощи рыночных механизмов, результативность данного процесса во многом зависит от наличия вторичных (более высокого порядка) конкурентных преимуществ обусловленных, в том числе, компетентностью и согласованностью работы управленческого аппарата, наличием квалифицированных кадров, способных использовать имеющиеся потенциал для формирования и поддержания конкурентных экономических систем.

Принимая во внимание, что конкурентоспособность практически всех экономических систем все больше базируется на организационном потенциале, развивающих человека экономических, социокультурных ценностях, на рис. 1 представлена взаимосвязь качественных критериев конкурентоспособности экономической системы в современных условиях, характеризующихся переходом к инновационному типу развития экономики.

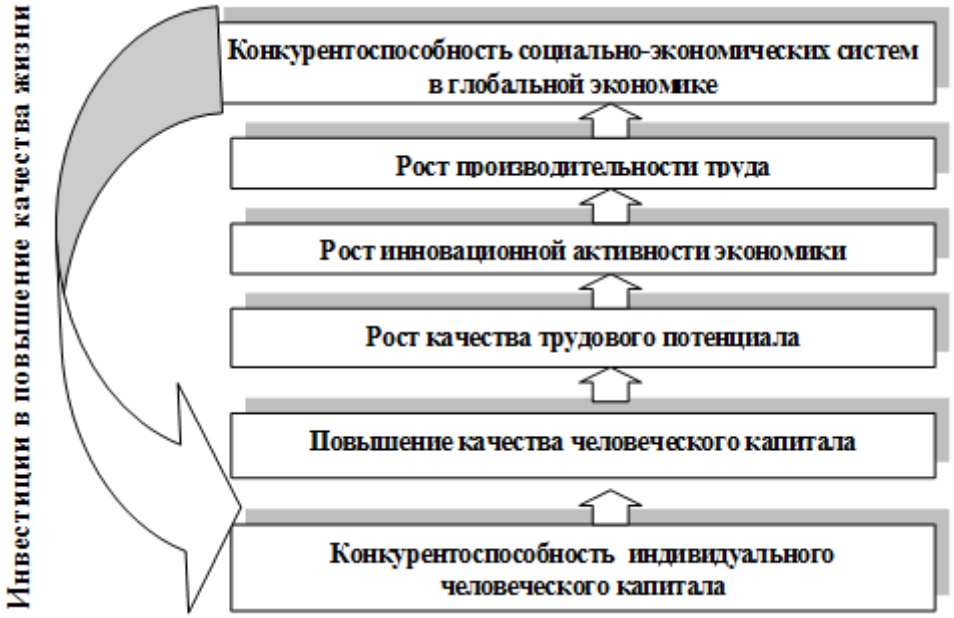


Рис. 1. Взаимосвязь качественных критериев конкурентоспособности экономической системы [5]

С одной стороны повышение качественных характеристик индивидуального человеческого капитала (ИЧК), его конкурентоспособности, способствует росту производительности труда, повышению инновационной активности субъектов экономики, ускорению экономической динамики и социальных преобразований, что приводит к возрастанию конкурентоспособности экономических систем. С другой – рост эффективности функционирования экономических систем следует рассматривать не только как инструмент развития, но и как главный фактор обеспечения высокого уровня и качества жизни населения, источник инвестирования в повышение качественных характеристик ИЧК [5].

В этих условиях высокопродуктивные характеристики ИЧК, способность к интеллектуальному труду, генерирующему новые знания, приобретает большую ценность относительно капиталоемкого совершенствования процесса использования устаревших технологий.

Человеческий капитал – многогранное явление, формирующееся в результате интеграции различных форм организации личностного потенциала. Отсюда – многообразие форм его проявления, которое, в свою очередь, обусловливает множество практических способов реализации потенциала всеобще-

го обновления в развитии системы экономических отношений. Утверждение инновационного типа воспроизводства приводит к интенсивному разветвлению человеческого капитала и, соответственно, к задаче классификации его форм, в решении которой нуждается, прежде всего, инвестиционный процесс [1].

Здоровье человека является основным инструментов развития человеческого капитала, человек который следит за свои здоровьем, является наиболее конкурентоспособным в условиях использования человеческого капитала в развитии экономических систем.

В последнее время в нашей стране и в крае, в частности, все больше внимания уделяется развитию профилактического направления в здравоохранении как одному из основных принципов охраны здоровья населения. И здесь немаловажным является не только финансовое обеспечение проведения профилактических мероприятий, направленных на выявление заболеваний и факторов риска, но и отношение к нему и культура здорового образа жизни.

Наиболее эффективным способом выявления и раннего лечения заболеваний является диспансеризация. Ее своевременное прохождение снижает риск длительной потери трудоспособности и выхода на инвалидность.

Проведение диспансеризации взрослого населения в 2015 г. осуществлялось на основании приказа МЗ РФ от 03.02.2015 г. №36ан «Об утверждении порядка проведения диспансеризации определенных групп взрослого населения».

По данным статистической отчетности по состоянию на 1 января 2016 г. на территории Краснодарского края проживает 5 513 804 чел., по состоянию на 1 января 2016 г. зарегистрировано в качестве лиц, застрахованных по обязательному медицинскому страхованию (далее – ОМС) в страховых медицинских организациях (далее – СМО), осуществляющих ОМС на территории Краснодарского края 5 326,5 тыс. чел. (5 326 513 чел.) или 96,6% [2].

Диспансеризацию взрослого населения в 2015 году осуществляли 105 медицинских организаций Краснодарского края, в рамках бесплатного оказания гражданам медицинской помощи и тарифного соглашения в сфере ОМС на территории Краснодарского края.

В табл. 1 представлена информация о диспансеризации за период 2013 по 2015 года.

В 2015 г. распределение по группам здоровья застрахованных лиц, прошедших диспансеризацию составило:

- I группа (практически здоровые) – 306 009 человек, из которых мужчин – 143 456 человек и 162 553 человека – женщины;
- II группа (с риском развития заболевания) – 141 670 человек, из которых мужчин – 58 042 человека и 83 628 человек – женщины;
- III группа (нуждающиеся в дополнительном обследовании в амбулаторных условиях для уточнения (установления)) – 345 093 человека, из которых мужчин – 114 775 человек и 230 318 человек – женщины.

Как положительный результат проводимых профилактических мероприятий следует отметить улучшение состояния здоровья населения.

Таблица 1

Информация о диспансеризации за период 2013 по 2015 годы

Год	План на год (чел.)	Представлено счетов				Принято счетов после результатов МЭК, МЭЭ, КМП				% выполнения годового плана взрослого населения, прошедшего I этап диспансеризации	
		I этап		II этап		I этап		II этап			
		кол-во счетов	сумма, млн.руб.	кол-во счетов	сумма, млн.руб.	кол-во счетов	сумма, млн.руб.	кол-во счетов	сумма, млн.руб.	от представленных счетов	от принятых счетов
2013	855 340	660 497	604,3	101 367	104,6	590 177	544,4	95 454	98,7	77,2%	80,2%
2014	908 553	974 484	813,61	127 389	97,44	841 700	705,44	114 988	87,94	107,3%	92,6%
2015	913 363	931 034	802,01	105 748	99,71	792 772	684,37	92 155	88,61	101,9%	86,8%

В целом уровень заболеваемости жителей Краснодарского края в 2015 году снизился на 1,3 % и остается ниже, чем средние показатели по Российской Федерации и Южному федеральному округу.

Таким образом, анализируя приведенные данные можно сделать вывод, что человеческий капитал рассматривается как запас знаний, умений и навыков, природных и приобретенных талантов, которые проявляются в форме интеллектуальных способностей и компетенций, приобретенных в процессе обучения и в ходе практической деятельности, которые поддаются оценке, диагностике и развитию. Здоровье человеческого капитала одно из основополагающих условий успешной реализации стратегии социально-экономического развития страны, а совершенствование системы здравоохранения – важнейшая предпосылка его укрепления.

Человеческий капитал приносит организации новые конкурентные свойства, формирует новый уровень интеллектуального капитала, который переносится на товары, услуги, на управленческий и бизнес-процесс, что повышает эффективность деятельности компании в целом.

Список литературы

1. *Ермоленко Ал. А., Ермоленко Ан. А.* Человеческий капитал // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2010. Вып. 1.

2. *Панченко А.Н., Ланская Д.В.* Особенности реализации стратегии развития Территориального фонда обязательного медицинского страхования Краснодарского края // Экономика и предпринимательство. 2016. №10 (ч. 3) (75-3).

3. *Паршина Н.В.* Человеческий капитал: сущность, содержание, особенности // Мир современной науки. 2013. №3(18). С. 65-73.

4. *Пилипенко Е.В., Баталов Ю.В.* Духовное производство как основа новой экономической теории // Известия ИГЭА. 2013. №1(87). С. 8-12. Теоретические основы экономики знаний / Е.В. Пилипенко, Ю.В. Баталов, В.С. Чернявский, Д.Е. Окасов. Усть-Каменогорск: Вост.-Казахст. ос. техн. ун-т им. Д. Серикбаева, 2012. 192 с.

5. *Туменова С.А.* Роль индивидуального человеческого капитала в обеспечении конкурентоспособности экономических систем // Современные технологии управления. №11(47). Режим доступа: http://sovman.ru/article/4709.

УДК 338, 339

Лизовская Вероника Владимировна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

Аннотация. В статье рассмотрены основные аспекты развития собственных торговых марок торговых сетей, выделены преимущества при выводе торговыми сетями на рынок собственных брендов, приведены данные о доле продаж товаров под собственной торговой маркой в России и за рубежом, проанализированы преимущества и недостатки сотрудничества производителей с торговыми сетями, рассмотрены актуальные направления регулирования сотрудничества торговых сетей и производителей, проанализированы возможные последствия последних изменений в законодательстве, проанализированы основные внешние факторы, влияющие на развитие собственных торговых марок торговых сетей и ресурсы торговых сетей, которые могут этому способствовать.

Ключевые слова: собственная торговая марка, торговая сеть, бренд, конкуренция, продвижение продукции, цена, государственное регулирование.

Lizosvkaya Veronika, V.
Saint-Petersburg State University of Economics

PROSPECTS OF RETAIL CHAIN STORES' PRIVATE LABELS DEVELOPMENT

Abstract. Article provides an overview of main aspects of retail chain stores' private labels development, analyzed the main advantages of private label development, information about the share of sales of private labels owned by retail chain store in Russia and abroad is presented, advantages and disadvantages of cooperation between retail chain stores and producers analyzed, latest direction of governmental regulation are considered and possible consequences of the measures analyzed, overview of main internal and external factors, which influence the development of private labels are considered.

Keywords: private label, retail chain store, brand, competition, promotion, price, state legislation.

Последние годы в России активное развитие получили товары под частными торговыми марками сетевых магазинов. Они представлены во всех регионах России и, по данным представителей магазинов и исследовательских агентств [3], уже на сегодняшний день занимают от 4 до 16% товарооборота сети.

В целом по России, доля продаж товаров под частными марками торговых сетей составляет около 4,7%. Этот показатель значительно отстает от показателей развитых стран, где доля продаж частных торговых марок оценивается в 34-50% (средняя доля СТМ в мире составляет 18%, максимальная доля в Испании – 50%). Исторически, торговые сети в развитых странах приступили к разработке и продвижению частных торговых марок гораздо раньше, как на рынке FMCG, так и на других потребительских рынках.

© Лизовская В.В., 2017.

Таким образом, можно ожидать дальнейшего роста предложения товаров под частной маркой в сетях: увеличения количества предлагаемых товарных категорий, большую дифференциацию товаров и адаптацию предложения к потребностям потребителей.

Частная торговая марка дает торговым сетям ряд ощутимых преимуществ:

– большую независимость от поставщиков: сеть самостоятельно выбирает поставщиков, которые изготавливают продукцию под торговой маркой сети. Она имеет возможность менять поставщиков, что может не оказывать влияния на сам продукт и его торговую марку, которые принадлежат торговой сети;

– более стабильное качество товара: кроме выбора производителя, торговая сеть получает возможность контролировать производственный процесс, проводя регулярные аудиты на предприятиях-производителях и определяя стандарты для производства продукции под частной маркой;

– дополнительные доходы: заказывая продукцию под собственной частной маркой, торговая сеть получает возможность приобретать ее по более низкой цене, по сравнению с продукцией под маркой производителя. «Наценку за бренд» получает торговая сеть, которая включает все дополнительные затраты, связанные с развитием товара под собственной маркой (увеличение штата отдела закупок, службы качества, расходов на аудиты, продвижение и прочее) и дополнительную прибыль торговой сети.

Кроме этого, благодаря собственной торговой марке, торговая сеть поддерживает лояльность покупателей, увеличивает их заинтересованность в посещении торговой точки, повышает доверие к сети в целом и осуществляет дополнительную рекламу сети.

Продукция под частной торговой маркой очень часто предлагаются в тех товарных категориях, где потребитель выбирает товар среднего и низкого качества, ориентируясь на цену, а дифференциация продукции не очень существенна. При этом, предложив на полке магазина товар неплохого качества на 10-15% ниже конкурентов, торговые сети могут легко заинтересовать покупателей [4. С. 79].

Сотрудничество с торговыми сетями является особенно привлекательным для производителей. В случае производства товаров по контракту под собственной торговой маркой торговой сети, производитель получает возможность дозагрузки производственных мощностей, увеличения сбыта продукции, а иногда и совершенствования производства, при этом все усилия по сбыту продукции торговые сети берут на себя.

Несомненно, собственная торговая марка торговой сети конкурирует с частными брендами производителей, однако, не смотря на это, сотрудничество с сетью в отношении частных брендов производителя тоже крайне привлекательно. В этом большинство производителей видит прекрасную возможность роста продаж продукции, увеличения дистрибуции, поиска новых покупателей, усиления позиций бренда на рынке. Ведь даже в случае поставок продукции под маркой производителя, торговая сеть решает большое количество вопросов по продвижению (рекламе и выкладке продукции), хранению и организации то-

варных потоков при доставке продукции в регионы, анализу регионов и выбору наиболее оптимального набора товаров для каждого региона.

Очевидно, что все дополнительные затраты ложатся на производителя, и при работе с торговой сетью производитель находится в менее выигрышном положении, учитывая рыночную власть торговых сетей, как крупных игроков на рынке. Но даже в этом случае затраты производителя существенно меньше, чем альтернативная стоимость подобных усилий, если бы они осуществлялись собственными силами производителя.

На начальном этапе сотрудничества не все производители имели необходимые организационные и финансовые ресурсы для эффективного и прибыльного сотрудничества с торговыми сетями. Так, производитель должен был платить, чтобы стать поставщиком торговой сети, добавить ассортиментные позиции в ассортиментную матрицу торговой сети или внести какие-либо изменения в ассортимент, возмещать расходы в связи с утратой или повреждением товара после перехода права собственности на него, участвовать в обязательных на начальном этапе рекламных кампаниях в сети и др.

Введение в законную силу Федерального Закона «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации» (Закона о торговле), было призвано ограничить власть торговых сетей, поддержать производителей и отдельных розничных торговцев, и обеспечить конкуренцию на рынке. В связи с существенными изменениями ситуации на рынке, законодатель уже восемь раз вносил изменения в Закон о торговле.

Последние изменения, вступившие в силу 01.01.2017 [1], могут оказать серьезное воздействие на перспективы сотрудничества производителей товаров и торговых сетей и развитие собственных торговых марок сетей:

– в два раза был уменьшен совокупный размер премии, выплачиваемый торговым сетям (с 10% до 5%). Он выплачивается за продажу определенного количества продовольственных товаров и оказание услуг по продвижению товаров, логистических услуг, услуг по подготовке, обработке, упаковке этих товаров, иных подобных услуг. С одной стороны, снижение премии для ряда продовольственных товаров может привести к выгоде потребителя, но только в случае соответствующего регулирования торговой наценки на эти товары со стороны законодательства. В отношении остальных товаров подобные изменения могут привести к уменьшению объема услуг, предоставляемых торговой сетью производителю. Это значит, что товары не будут доставляться во все регионы, а продаваться в регионах, обеспечивающих торговой сети необходимый уровень прибыли при работе с ними. Действительно, учитывая необходимость упаковки, дополнительной обработки, услуг по подготовке товара к продаже, логистических услуг и услуг по продвижению в отношении некоторых товаров, наиболее реалистичной видится наценка в 7-10%;

– сокращен срок оплаты по договорам поставки продовольственных товаров в зависимости от срока годности товара (если срок годности до 10 дней, то оплата должна быть осуществлена не позднее чем 8 рабочих дней со дня фактического их получения, если срок годности от 10 до 30 дней – не позднее чем 25 календарных дней, если срок годности свыше 30 дней, а также при поставке российской алко-

гольной продукции – оплата не позднее чем 40 календарных дней). Это означает сокращение срока товарного кредита на 20%, 17% и 11% соответственно. Маловероятно, что торговая сеть осуществит это за счет снижения собственных доходов и прибыли. Поэтому можно ожидать, что данное изменение будет финансово компенсировано повышением цены товара для потребителя.

Альтернативой повышению цен и уменьшению предложения товаров в регионах становится предложение товаров под собственной торговой маркой сети.

Сети имеют данные о продажах, ценах и опыте работы в уже освоенных регионах, а также обладают необходимыми ресурсами и могут заказывать и приобретать маркетинговые исследования для получения информации о потенциале региона, доходах населения, структуре населения и профессиональном составе. Все это позволяет им составлять наиболее оптимальный набор товаров для каждого региона. И они заинтересованы в увеличении доли продаж собственной торговой марки. Решение данной задачи в кротчайшие сроки становится возможным, благодаря наличию необходимой инфраструктуры у торговых сетей, хорошо налаженной логистике, и финансовым ресурсам.

Активное развитие торговли в последние десятилетия показало, что торговые сети играют важную роль в организации товарных потоков в стране и обеспечении населения продукцией. Их активное развитие приносит достаточно много преимуществ для потребителя, среди которых можно перечислить совершенствование стандартов обслуживания, более полное удовлетворение потребностей потребителей, сдерживание изменения цен.

Список литературы

1. ФЗ №381-ФЗ от 28.12.2009 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» в ред. ФЗ №273-ФЗ от 03.07.2016.

2. *Домнин В.Н.* Маркетинг брендов: Учеб. пособие / *В.Н. Домнин.* СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. –178 с.

3. Собственная торговая марка. 4-я международная специализированная выставка контрактного производства и СТМ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ipls-russia.ru/home/market/ (дата обращения 10.03.2017).

4. *Старов С.А., Габисов А.А., Шостка А.Д., Черенков В.И.* Формирование сбалансированного портфеля собственных торговых марок розничной сети «Лента» // Вестник СПбГУ. Серия «Менеджмент». 2012. Вып. 1. С. 76-108.

УДК 330.34

Мазуренко Ольга Максимовна
Белорусский национальный технический университет

МЕХАНИЗМЫ РОСТА ИСТИННЫХ НОРМ ИНВЕСТИЦИЙ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Аннотация. В статье изложены теоретические основы концепции истинных норм инвестиций, рассмотрено понятие расширенного национального богатства. Раскрывается предназначение индекса истинных инвестиций с макроэкономических позиций, изучена методика расчета

© Мазуренко О.М., 2017.

показателя устойчивости. Автором вынесено предложение рассчитывать свободный показатель экологической устойчивости для промышленного комплекса Республики Беларусь по аналогии с индексом скорректированных чистых накоплений, предложенным Всемирным Банком. Существующая сегодня в Республике Беларусь сложная интегральная система показателей устойчивости развития не позволяет в сжатые сроки получить необходимые данные о развитии промышленности, в отличие от предлагаемого автором индекса истинных накоплений. Предложены мероприятия направленные на успешную реализацию целей устойчивого развития промышленного комплекса в контексте обеспечения роста истинных норм инвестиций.

Ключевые слова: устойчивое развитие, истинные инвестиции, промышленный комплекс, экономический рост, национальное богатство, экологический капитал, природный капитал, социально-экономическое развитие.

Mazurenko Olga, M.
Belarus National Technical University

MECHANISMS OF GROWTH OF GENUINE SAVINGS OF INDUSTRIAL COMPLEX OF THE REPUBLIC OF BELARUS

Abstract. The article describes the theoretical basis of the concept of the genuine savings, considers the concept of an expanded national wealth. There revealed the genuine savings purpose from macroeconomic positions, there studied method of calculating the index of stability. The author made the proposal to count the free indicators of environmental sustainability for the industrial complex of the Republic of Belarus, by analogy with the index of adjusted net savings proposed by the World Bank. Existing today in the Republic of Belarus a complex integrated system of sustainability indicators does not allow to obtain the necessary data on the development of the industry in the shortest time, in contrast to, proposed by the author, the genuine savings index. There suggested activities aimed at successful implementation of the sustainable development of the industrial complex in the context of the growth of genuine savings.

Keywords: sustainable development, genuine savings, industrial complex, economic growth, national wealth, environmental capital, natural capital, socio-economic development.

Традиционно главным показателем экономического прогресса считается ВВП, однако, очевидные последствия усиления влияния экономической деятельности на окружающую среду, не отражающиеся в ВВП (добыча ресурсов, выбросы загрязняющих веществ в окружающую среду, влекущие за собой изменение климата) и замедляющие экономический рост, вынудили мировое сообщество искать альтернативные показатели. Для оценки устойчивости развития Всемирным Банком был предложен показатель истинных инвестиций (genuine savings), также называемый индексом скорректированных чистых накоплений (adjusted net savings), отражающий реальную скорость накопления государственных сбережений после соответствующего учета исчерпания природных ресурсов и ущерба от загрязнения окружающей среды. Истинные сбережения ведут более обширный учет человеческого потенциала, природных ресурсов и энергетического фактора по сравнению с традиционными макроэкономическими показателями. Оценка индекса истинных норм инвестиций ежегодно рассчитывается и публикуется Всемирным Банком для более 140 стран мира, включая Беларусь. Для Республики Беларусь показатель рассчитывается с 1993 г.

Основой теоретической базы концепции истинных инвестиций является идея того, что для поддержания устойчивости необходимо сохранение и увеличе-

ние активов, повышение не только их количества, но и качества, необходим постоянный запас «расширенного национального богатства», который не будет ограничиваться природными ресурсами, будет также включать человеческий и физический капитал, традиционно измеряемый в системе национальных счетов.

Развитое понятие национального богатства включает природные ресурсы, климат, здоровье и уровень образованности граждан государства. Расширенное богатство уменьшается, если доходы от использования активов не становятся инвестициями. Скорректированные чистые накопления являются изменением этого запаса за конкретный период времени. Если с позиции применения ВВП экологическая катастрофа определяется как рост экономической активности из-за роста работ по восстановлению, то балансовый подход к устойчивости, измеряемый индексом скорректированных чистых накоплений, рассматривает катастрофу как разрушение природного и физического капитала. Рост экономической активности, будет иметь позитивное значение только тогда, когда это поможет восстановить прежний уровень капитального фонда.

Индекс истинных норм инвестиций предназначен для обеспечения лиц, принимающих решения на национальном уровне, четким, относительно простым показателем, того насколько устойчивой является инвестиционная политика страны. В то время как стандартные показатели «экономия» и «инвестиции» отражают изменения в стоимости определенного, ограниченного набора активов, более объемлющее и реалистичное определение того, что представляет собой актив, представляет более реалистичную картину инвестиций страны [1].

Анализ истинных сбережений также несет послание и для правительств развивающихся стран: если не происходит рост эффективности инвестирования, создание и обеспечение устойчивого роста становится невозможным. Комбинирование традиционных расчетных показателей накоплений, на которые оказывают влияние макроэкономические политики, с учетом истощения ресурсов и ущерба от загрязнения окружающей среды, с целью определения индекса истинных норм инвестиций приводит к объединению интересов ключевых экономических, экологических и ресурсных министерств [2].

В большинстве стран при образовании системы национальных счетов при экспертных оценках считается, что только те инвестиции, которые вкладываются в основной капитал, в будущем отражаются на благосостоянии общества. В качестве инвестиций в будущее учитывается только формирование фиксированного произведенного капитала и, таким образом, увеличение стоимости активов доступных общественности [1]. Внедрение индекса истинных сбережений оговаривает включение человеческого и природного потенциалов вместе с основным капиталом в сумму национального богатства государства. Показатель истинных инвестиций дает более широкое представление о том, что природный и человеческий капитал также являются активами, с ростом которых возрастает производительность и, следовательно, благосостояние нации. С этой точки зрения исчерпание невозобновляемых природных ресурсов (в первую очередь энергетических) является удержанием из национального богатства, финансирование образования граждан из нежелательных расходов превращается в повышение человеческого потенциала, а именно, становится инвестициями.

С истощением невозобновляемых ресурсов (или чрезмерной эксплуатацией возобновляемых) происходит снижение величины этого ресурса как актива, такая деятельность предполагает сокращение капиталовложений в будущую производительность и благосостояние [1].

В 1977 г. Дж. Хартвиком было сформулировано правило в отношении богатых ресурсами стран: рента от добычи ресурсов должна быть инвестирована в воспроизводимый капитал, с целью увеличения потока потребления, а вместе с ним и уровень жизни в стране. Существует два пути повышения финансирования и повышения эффективности использования ресурсов окружающей среды: установление платы за право разработки недр; установление налога на загрязнение окружающей среды.

Страны, увеличивающие потребление природных ресурсов, но не уделяющие внимание защите окружающей среды, легко могут быть выявлены по низким значениям показателя скорректированных чистых накоплений. Государство, рефинансирующее капитал, полученный от добычи и экспорта невозобновляемых природных ресурсов, в развитие человеческого потенциала, повышая тем самым уровень медицинского обслуживания и образования населения, увеличивает сбережения и обеспечивает устойчивое развитие. Из традиционных показателей валовых сбережений также производится удержание истощения энергетических ресурсов. Провести адекватную оценку истощения энергетических ресурсов достаточно трудно, т.к. это требует оценки изменений стоимости активов, а эти значения, в свою очередь, зависят от будущих значений затрат на добычу ресурсов и их количество [1]. Подход Всемирного Банка к оценке истощения энергетических ресурсов основывается, в большей части, на собственных требованиях к данным экономии (наличие международных сопоставимых данных), а не каких-либо присущих теоретических свойств. Истощение оценивается как цена за вычетом средних затрат на добываемые объемы [1].

Воздействие энергосистем на здоровье человека и загрязнение окружающей среды учитывается с помощью индикаторов выбросов углекислого газа и твердых частиц. Затраты на человека рассматриваются не как безрезультатное потребление, а как инвестиции, которые обеспечивают рост национального богатства. Нация является «истинным инвестором» только когда человеческие и природные ресурсы рассматриваются активами, фактически снижающими стоимость общих активов каждый год [1]. Регрессирующие темпы истинных сбережений указывают на формирование антиустойчивого типа развития и должны неминуемо привести к деградации благосостояния нации.

В соответствии с «Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г.» разработана система целевых показателей-индикаторов устойчивого развития. В зависимости от объекта устойчивого развития, индикаторы различаются на глобальном, национальном, региональном, локальном, отраслевом уровне и на уровне предприятий и населенных пунктов. Индикаторы устойчивого развития на национальном уровне для Республики Беларусь определены с учетом индикаторов устойчивого развития, рекомендуемых «Повесткой дня на XXI век»,

принятой Конференцией ООН по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, 1992 г.), комплексных показателей устойчивого развития, разработанных Евростатом, а также отдельных индикаторов, предусмотренных стратегией устойчивого развития Российской Федерации «Стратегия и проблемы устойчивого развития России в XXI веке» [3].

В качестве общесистемных национальных индикаторов устойчивости приняты: интегральный показатель устойчивого развития, базирующийся на индексе развития человеческого потенциала (ИРЧП); производство валового внутреннего продукта на душу населения; уровень антропогенной нагрузки на окружающую среду. Общесистемные индикаторы дополняются специфическими показателями, характеризующими развитие основных компонентов системы устойчивого развития. Данная методика, основывающаяся на применении многокритериальных методов, отражает существующую многоплановость процесса устойчивого развития. Однако для более оперативной оценки устойчивости развития применяется индекс скорректированных чистых накоплений, допускающий агрегированный подход к проблематике экономического развития и охраны окружающей среды и разработку разумных стратегических проектов, основываясь на анализе экономической ситуации.

Автор предлагает рассчитывать свободный показатель экологической устойчивости для промышленного комплекса Республики Беларусь по аналогии с индексом скорректированных чистых накоплений, предложенным Всемирным Банком. Применяемый в более чем 100 странах мира индекс истинных сбережений, все еще имеет существенные недостатки, т.к. не учитывает некоторые основные компоненты экологического ущерба (истощение подземных источников водоснабжения, деградация почв, нарушение экосистемы водоемов). И все же он очень важен, т.к. дает суммарную оценку устойчивого развития, показывает, насколько необходима компенсация истощения природного потенциала за счет увеличения инвестиций в человеческий капитал.

Для успешной реализации целей устойчивого развития промышленного комплекса правительству Республики Беларусь необходимо обеспечить учет экономических, социальных и природоохранных соображений при разработке политики, а также поощрять экономический рост и способствовать укреплению международных позиций промышленности посредством макроэкономической политики. Для того чтобы стимулировать частное предпринимательство на национальном уровне, повысить конкурентоспособность экономики в целом и обеспечить привлечение прямых иностранных инвестиций, реформы политики должны быть нацелены на создание благоприятных политических условий на основе развития инфраструктуры и образования, поощрения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, содействия экспорту и либерализации внутренних рынков.

В качестве основных принципов при разработке механизмов роста индекса истинных норм инвестиций, по нашему мнению, следует принять: во-первых, приумножение вкладов в человеческий потенциал (подготовка и обучение квалифицированных специалистов, создание рабочих мест для них); во-вторых, снижение пагубного воздействия на окружающую среду (создание эко-

логически допустимой продукции, использование материало- и энергосберегающих эко-технологий, оптимизация, переработка и утилизация отходов); в-третьих, целевая государственная поддержка исследований и разработок, связанных с созданием экологически чистых технологий; в-четвертых, наращивание инвестиций за счет прибыли от невозобновляемых ресурсов; рационализация кредитно-денежной и налоговой политики (сохранение доходов от добычи невозобновляемых ресурсов).

Список литературы

1. *Katharine Bolt, Mampite Matete, Michael Clemens.* Manual for Calculating Adjusted Net Savings, 2002, Environment Department, The World Bank: Washington DC.

2. *Kirk Hamilton, Giles Atkinson, David Pearce.* Genuine savings as an indicator of sustainability, CSERGE Working Paper GEC 97-03, Environment Department, The World Bank: Washington DC. 25 p.

3. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 г. / Минск, 2015. 143 с. / [Элетронный ресурс] / Режим доступа: http://www.economy.gov.by/dadvfiles/001251_893_NSUR2030.pdf (дата обращения 19.01.2017).

4. Концепция Программы развития промышленного комплекса Республики Беларусь на период до 2020 года. / Минск, 2012. 71 с. / [Элетронный ресурс] / Режим доступа: http://www.economy.gov.by/nfiles/001146_12850_Programma.pdf (дата обращения 05.02.2017).

УДК 338.1

Мирошниченко Марина Александровна
Короткевич Анастасия Юрьевна
Кубанский государственный университет

КООРДИНАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ ПО ВОПРОСАМ ДОУ

Аннотация. В статье рассматривается использование бизнес-модели для моделирования взаимодействия подразделений по вопросам документационного обеспечения управления, как одного из ключевых факторов успеха. Предлагаемая модель способствует стабильному долгосрочному развитию банка, повышению эффективности работы сотрудников и бизнес-процессов, реализации стратегических целей. Эффективность управления банком зависит от объема, оперативности и достоверности информации. В статье аргументировано, что оптимальный путь решения – анализ и совершенствование модели управления документооборотом путем внедрения полноценной информационной системы, поддерживающей процессы бизнес-моделирования документационного обеспечения управления.

Ключевые слова: банк, документ, документационное обеспечение управления, ключевой фактор успеха, модель.

© Мирошниченко М.А., Короткевич А.Ю., 2017.

Miroshnichenko Marina, A.
Korotkevich Anastasia, Yu.
Kuban State University

COORDINATION OF ACTIVITIES OF DIVISIONS IN COMMERCIAL BANK CONCERNING PRESCHOOL EDUCATIONAL INSTITUTION

Abstract. The paper discusses about the use of business models for the simulation of interaction between departments in a point of document management, as one of the key success factors. The model supports stable long-term development of bank, increase employee productivity and business processes, achieve strategic goals. Effectiveness of bank`s management depends on amount, efficiency and reliability of the information. It is reasoned that an optimal solution is the analysis and enhancement of model of document flow management by implementation of the full-fledged information system, which support processes of business simulation of document management.

Keywords: bank, document, document management, key factor of success, model.

В современных условиях сложившейся нестабильной ситуации в стране, предприятиям, в том числе и банкам, необходимо совершенствовать процесс управления и повышать эффективность производства [1. С. 35]. Учитывая, что во внешней среде идут непрерывные изменения, банк должен организовать проведение мониторинга изменяющих факторов и условий, установив периодичность оценок их влияния на свое положение во внешней среде [2. С. 1608]. Для повышения качества управления коммерческим банком необходимо уделять достаточно внимания совершенствованию работы с документами, так как управленческое решение всегда базируется на информации, носителем которой является документ. Правильно организованная служба документационного обеспечения управления (ДОУ) позволяет улучшить работу с документами. От качества работы такой службы существенно зависят уровень и качество самого управления. Рост объемов информации и, соответственно, документов, требует создания комплексной системы, формализованной в виде модели. Документ является материальным объектом и вбирает в себя характеристики данных и информации, который можно представить формулой: Документ = Объект + Данные + Информация.

Так как документ – элемент данных, он выполняет функции, присущие данным, поэтому документ может рассматриваться как канал передачи информации, он может играть роль приемника и источника информации, выполнять функции хранения информации. Документ связывает сотрудников, подразделения и организацию в единое целое. Документ и массивы документов являются документными ресурсами организации, в том числе и коммерческого банка. Таким образом, документ важен, прежде всего, с точки зрения его участия в документационных процессах и информационных связях, которые он образовывает. Поэтому документ как структурный элемент коммуникационных процессов организации, в том числе и коммерческого банка, выполняет функцию канала передачи данных и информации в информационном пространстве организации.

Рассмотрим взаимодействие подразделений коммерческого банка по вопросам ДОУ на примере ПАО Банк «Первомайский» (далее банк). Банк работает на финансовом рынке более двадцати пяти лет. Сегодня это один из наиболее динамично развивающихся банков Южного Федерального Округа. Входит в состав крупнейших банков региона по величине собственного капитала и активам и занимает значительное место в экономике и социальной жизни Краснодарского края, что подтверждают рейтинги банков Краснодарского края по ключевым показателям деятельности. Банк «Первомайский» имеет функционально-иерархическую структуру, которая обеспечивает выполнение функций управления, сохраняет целесообразные вертикальные и горизонтальные связи и разделение элементов управления.

В организационной структуре банка реализуются как оперативные (кредитование, инвестирование, осуществление доверительных операций, международных расчетов, прием и обслуживание вкладов), так и штабные функции (консультирование исполнителей, бухгалтерский учет, анализ хозяйственной деятельности, прием на работу, маркетинг, контроль за деятельностью банка, а также работа с документами). Всю работу по делопроизводству в банке выполняет отдел ДОУ. Основная работа выполняется секретарем. В банке децентрализованный порядок первичной обработки поступающих документов. Подготовка, оформление, регистрация внутренних документов производится в структурных подразделениях. Исполнение внутреннего документа предусматривает сбор и обработку необходимой информации, подготовку ответа, его оформление, пересылку адресату под роспись по реестру. Банк оснащен компьютерными средствами и применяет различные программные средства, среди которых можно выделить Microsoft Word, Microsoft Excel. Для распространения документов используется программа Microsoft Outlook, с помощью которой пересылаются файлы с документами, и производится пересылка образов документов, получаемых путем сканирования первичных бумажных оригиналов. Внутренний корпоративный сайт – это информационный ресурс, к которому имеют доступ только сотрудники. Рассмотрим ключевые подразделения банка и основные связи между ними по вопросам ДОУ, анализируя документационный и информационный вход-выход[3. С. 723]. Предложенная модель взаимодействия ключевых подразделений банка по вопросам ДОУ представлена на рис. 1.

1) Отдел документационного обеспечения управления является центральным звеном на диаграмме взаимодействия ключевых подразделений банка в рамках модели. В него стекается и в нем обрабатывается вся информация в области работы с документами из других подразделений банка. Цели и задачи подразделения: организация, ведение и совершенствование системы ДОУ.

2) Отдел информационных технологий. Цели и задачи подразделения: обеспечение банка информационными технологиями и средствами необходимыми для эффективного выполнения бизнес-процессов и достижения стратегических целей.

3) Отдел обеспечения качества. Цели и задачи подразделения: обеспечение и повышение качества и эффективности деятельности банка в пределах своей компетенции.

4) Отдел кадров. Цели и задачи подразделения: эффективное использование человеческих ресурсов для достижения целей банка.

5) Отдел маркетинга. Цели и задачи подразделения: планирование маркетинговых мероприятий, их осуществление, контроль и корректировка. Маркетинг помогает в разработке стратегических планов банка, которые, в свою очередь, определяют роль маркетинга в банке.

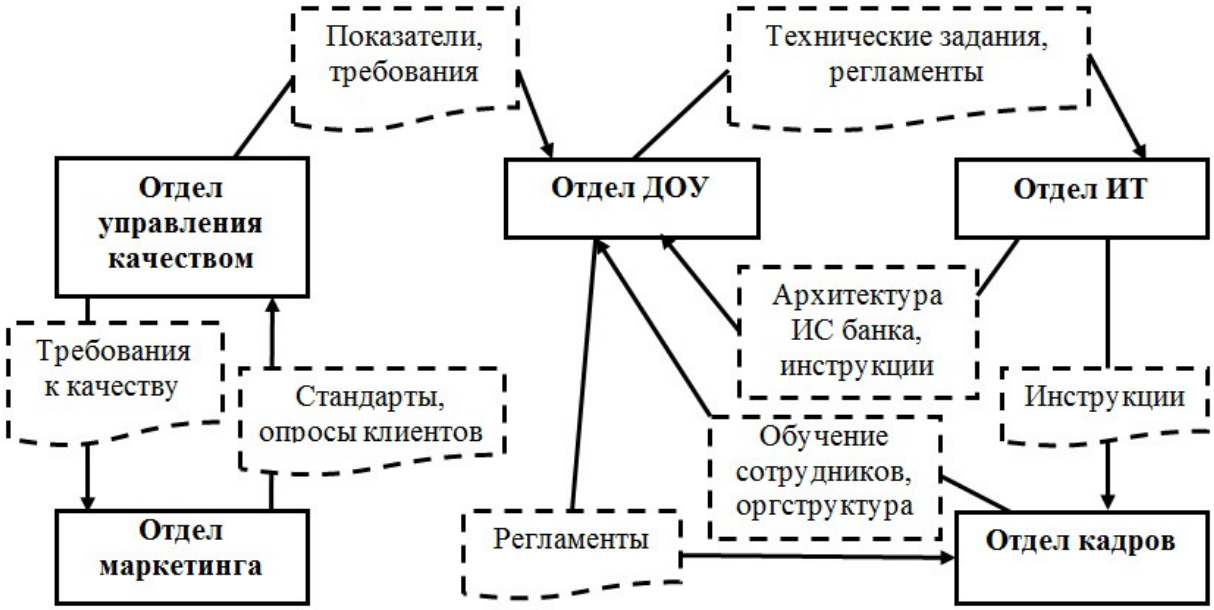


Рис. 1. Взаимодействие ключевых подразделений банка по вопросам ДОУ

Таким образом, было описано взаимодействие основных подразделений по вопросам ДОУ в ПАО банк «Первомайский». Организационную структуру банка необходимо изменить, чтобы она способствовала эффективности основной деятельности и обеспечивала качественную и последовательную работу банка по вопросам ДОУ. Следует отметить, что выбранная форма ведения делопроизводства в ПАО банк «Первомайский» находит рациональное применение на практике. Однако, несмотря на обеспечение полного учета и регистрации всех документов имеются нарушения. Анализ деятельности работы с документами в банке выявил ряд проблем и недостатков:

− распределение обязанностей структурных подразделений;

− поддержка сложных схем согласования: параллельное, последовательное, с переходами по условиям;

− работа с версиями и редакциями документов;

− наложение резолюций, пересылка документов внутри организации по настраиваемым маршрутам;

− контроль исполнительской дисциплины.

Улучшить процессы взаимодействия подразделений по вопросам ДОУ в ПАО банк «Первомайский» можно с помощью разработки бизнес-модели бан-

ка, которая должна содержать практики и решения, модели, документы и регламенты. Применение бизнес-модели в банке может значительно сократить временные и финансовые затраты на реализацию проектов и решения актуальных банковских задач, а также повысить их эффективность.

Бизнес-модель – это формализованное описание (графическое, табличное, текстовое, либо специализированный программный продукт) определенного аспекта или сферы деятельности предприятия. Бизнес-модель банка является эффективным инструментом и информационно-методическим пособием по формализации и совершенствованию деятельности банка.

Классическая структура бизнес-модели банка включает 4 группы моделей в соответствии с основными элементами системами управления в банке: стратегическое управление, управление бизнес-процессами, управление персоналом и оргструктурой, управление качеством и управление ИТ. В рамках совершенствования ДОУ необходимо обратить внимание на компонент «управление бизнес-процессами» и в первую очередь описать все бизнес-процессы по вопросу документационного обеспечения управления [4. С. 125].

Этапы разработки и внедрения бизнес-модели банка:

1) Организационная диагностика и бизнес-анализ предполагает изучение имеющихся в банке бизнес-моделей, их актуальности и согласованности.

2) Формирование и обучение рабочей группы по проекту, обладающую необходимыми компетенциями и полномочиями.

3) Приобретение и внедрение программного продукта бизнес-моделирования. Одним из самых востребованных является «Business Studio». Данный программный продукт является оптимальным решением по составному критерию «цена – функциональность – удобство использования». Задачи, решаемые «Business Studio», охватывают все основные области менеджмента. На рынке программных продуктов бизнес-моделирования также есть и другие решения, среди них: «ARIS», «Бизнес-Инженер», «Al lFusion Process Modeler», «IBM Web Sphere Business Modeler», «QPR Collaborative Suite» и др.

4) Планирование проекта разработки комплексной бизнес-модели банка. В плане проекта следует указать состав и длительность этапов, ответственных за их реализацию, необходимые ресурсы и контрольные точки.

5) Разработка бизнес-моделей. На этом этапе формируются все необходимые документы по описанию моделей бизнес-процессов в банке.

6) Разработка регламентов и нормативных документов по бизнес-моделям. Наличия бизнес-моделей недостаточно для эффективной формализации деятельности банка, необходимо разработать подробные регламенты, включающие характеристики бизнес-моделей.

7) Публикация бизнес-моделей и регламентов, доведение до сотрудников банка, обучение сотрудников (при необходимости).

8) Ввод в эксплуатацию. Затем, после ознакомления и обучения сотрудников происходит внедрение программного продукта на АРМ персонала.

9) Анализ и совершенствование деятельности банка на основе разработанных бизнес-моделей. В процессе работы банка будут происходить внешние

и внутренние изменения, соответственно и бизнес-модель должна быть адаптирована к этим изменениям.

Разработка и активное использование в банке бизнес-модели является одним из ключевых факторов успеха, который способствует его развитию, повышению эффективности работы сотрудников, функционирования бизнес-процессов и реализации стратегических целей. Но разработка бизнес-моделей не должна проводиться только ради тотальной формализации деятельности банка. На основе бизнес-моделей должны выполняться реальные практические задачи, например: обучение сотрудников, внедрение информационных систем и систем управления, управление бизнес-процессами.

Эффективность управления банком зависит от объема, оперативности и достоверности информации, подавляющая часть которой фиксируется в документах. Таким образом, оптимальный путь решения – анализ и совершенствование модели управления документооборотом путем внедрения полноценной информационной системы, поддерживающей процессы бизнес-моделирования документационного обеспечения управления.

Список литературы

1. *Керимова В.В., Айталиева В.В*. Контроллинг внешней среды на малых предприятиях / Сб. науч. статей молодых исследователей «Актуальные проблемы экономики и менеджмента знаний в процессе неоиндустриализации России». Краснодар, 2015. С. 31-36.

2. *Мирошниченко М.А., Мамыкина Е.В., Мирошниченко П.А.* Анализ внешней среды, факторов формирования конкурентоспособности и стратегического развития коммерческого банка. Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2016. №120. С. 1606-1616. [Электронный ресурс] http://ej.kubagro.ru/2016/06/pdf/106.pdf (дата обращения 12.02.2017).

3. Банковская система России // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. Экономические науки. 2015. №8.

4. *Коротаева Н.В., Борисова Т.В.* Тенденции развития банковской системы России в современных условиях / *Н.В. Коротаева, Т.В. Борисова* // Социально-экономические явления и процессы. 2014. №3(061).

5. *Каирова Ф.А. Карсанова З.К.* Вопросы обеспечения финансовой устойчивости банковской системы в России // Современные проблемы науки и образования. 2015. №1 (ч. 1).

УДК 336

Остонен Екатерина Алексеевна
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ИНЖИНИРИНГОВЫХ КОМПАНИЙ

Аннотация. Статья посвящена вопросам исследовании теоретических и методических положений формирования источников финансирования проектов инжиниринговой компании. Ключевым условием импортозамещения в промышленности является обеспечение развития отечественных инжиниринговых компаний. Одним из ключевых вопросов реализации

© Остонен Е.А.,2017.

инжиниринговых проектов является организация их финансирования. Формирование инвестиционных ресурсов является исходным условием осуществления проектного управления. Инжиниринговая компания выступает в роли контрактора в схеме финансирования инжиниринговых проектов. Инжиниринговая компания как организатор и исполнитель инжиниринговых услуг осуществляет аккумуляцию финансовых, экономических ресурсов для целей реализации проекта и распоряжается ими. Инжиниринговые проекты обладают рядом специфических свойств, оказывающих влияние на порядок и организацию финансирования.

Ключевые слова: инжиниринг, финансирование проектов, проект, инновации, стратегическое развитие.

Ostonen Ekaterina, A.
Saint-Petersburg State University of Economics

FEATURES OF FORMING THE FINANCING SOURCES OF THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE ENGINEERING COMPANIES

Abstract. The Article is devoted to the study of theoretical and methodological provisions of formation of sources of financing of projects of the engineering company. A key condition of import substitution in industry is the development of the domestic engineering companies. One of the key issues of implementation of engineering projects is the organization of their financing. Formation of investment resources is the basic condition for the implementation of project management. Engineering company acts as a contractor in the scheme of financing of engineering projects. Engineering company as the organizer and the contractor of engineering services carries out the accumulation of financial, economic resources to implement the project and dispose of them. Engineering projects have a number of specific properties that influence the order and organization funding.

Keywords: engineering, project Finance, project, innovation, strategic development.

Ключевым условием импортозамещения в промышленности является обеспечение развития отечественных инжиниринговых компаний. Определение, разработанное Организацией Объединенных Наций для целей статистического исследования международной торговли услугами, наиболее четко отражает специфику и охват данной сферы деятельности: «Инжиниринговые услуги – инженерно-консультационные услуги при проектировании, конструкторской разработке и эксплуатации машин (оборудования), материалов, приборов, сооружений, процессов и систем».

Всего выделено четыре основных направления инжиниринговых услуг:

- инженерно-техническое проектирование;
- инженерно-технические консультации;
- комплексное управление проектами.

Во исполнение поручения Президента Российской Федерации от 30 сентября 2014 г. №1936-р «О дополнительных мерах по стимулированию экономического роста» разработан План содействия импортозамещению в промышленности. Основной целью реализации Плана является сокращение зависимости российской промышленности от импорта оборудования, программного обеспечения, технических устройств, комплектующих, а также услуг (работ) иностранных компаний. Планом предусмотрены реализация комплекса мero-

приятий регуляторного характера, включающего меры таможенно-тарифного регулирования, стандартизации и сертификации, совершенствование системы статистического учета отрасли машиностроения.

Одним из ключевых вопросов реализации инжиниринговых проектов является организация их финансирования. Формирование инвестиционных ресурсов является исходным условием осуществления проектного управления.

Инжиниринговая компания выступает в роли контрактора в схеме финансирования инжиниринговых проектов. Инжиниринговая компания как организатор и исполнитель инжиниринговых услуг осуществляет аккумуляцию финансовых, экономических ресурсов для целей реализации проекта и распоряжается ими.

Инжиниринговые проекты обладают рядом специфических свойств, оказывающих влияние на порядок и организацию финансирования:

- инжиниринговый проект, как правило, представляет собой долгосрочный проект периодом более одного года (среднесрочные проекты до трех и пяти лет исполнения), который связан с длительным длительными работами различного характера и различные временной определенности;
- требует масштабных объемов финансирования на протяжении всего жизненного цикла проекта;
- на стадии заключения договора и на стадии планирования финансовых и технико-экономических показателей невозможно заранее предопределить необходимое финансирование для реализации этого проекта, что ведет к дополнительным рискам и неопределенности в оценке объемов денежных средств и иных экономических ресурсов, требуемых для исполнения проекта и его организации.

В связи с этим финансирование проекта требует постоянной корректировки на величину отклонений стоимости проекта от плановых первоначальных значений и требует распределение между участниками инжинирингового проекта рисков и расходов.

Длительный характер инжиниринговых проектов и неопределенность их стоимости предопределяют следующие специфические черты проектного финансирования:

- возникающие риски по отклонению первоначальной стоимости проекта от фактических затрат по нему требующих финансирования предопределяют распределение между участниками организаторами проекта в инжиниринговой компании;
- стоимость источников финансирования в виду долгосрочного характера проекта может повышаться в зависимости от временной стоимости денег и необходимость привлечения внешних источников долгосрочного заемного капитала или же эмиссионные операции.

Если рассматриваются цели со стороны инвесторов, то ими являются: доступ к инфраструктуре, приближение производства к потребителю, снижение административных барьеров, минимизация затрат, связанная с отсутствием импортных и экспортных таможенных пошлин [5].

В организации движения финансовых ресурсов по проекту участвуют:

1. Заказчик (инвестор) – является инвестором, осуществляющим финансирование проекта на протяжении всей деятельности
2. Инжиниринговая компания (контрактор) – исполнитель функции проектного управления инжиниринга, предоставляющие услуги инжиниринга заказчику (инвестору). Инжиниринговая компания при реализации проекта получает финансирование со стороны заказчика, в объемах принятого заказчиком риска. В том случае, если риски и расходы несет полностью инвестор, то финансирование должно осуществляться в полном объеме со стороны инвестора независимо от изменений стоимости проекта и возникающих расходов.
3. Субподрядчики и иные исполнители работ по проекту – получают средства на исполнение работа по проекту согласно договора в пределах согласованного риска и уровня признания потерь в ситуации неопределенности.

Инжиниринговый проект носит долгосрочный характер, что, как правило, связано с масштабными вложениями на протяжении длительного времени. В связи с этим отражение в учете и анализ источников финансирования стоимости представляет собой самостоятельное исследовательское направление как для бухгалтерского учета, так и для экономического анализа [2. С. 456]. Управление финансированием инжиниринговых проектов представляет собой комплекс сложных задач, стоящих перед проектным менеджментом.

Источники финансирования проекта – это денежные средства, которые могут быть использованы в качестве инвестиционных ресурсов. От выбора источников финансирования зависит не только расширение инвестиционной деятельности, но и распределение конечных доходов от нее, финансовая устойчивость предприятия, осуществляющего инвестиции. Состав и структура источников финансирования инвестиций зависят от действующего на предприятии механизма хозяйствования [1].

Под инвестиционным потенциалом предприятий понимается совокупность финансовых ресурсов, как уже находящихся в их распоряжении, так и потенциально доступных, то есть принадлежащих различным типам инвесторов. В настоящее время предприятия испытывают недостаток средств для развития производства. Это положение вызвано изношенностью основных фондов, а также невозможностью финансирования инвестиций за счет привычных источников – средств «материнских» компаний, отчасти – государственных ресурсов [3, 4].

Таким образом, основными задачами при управлении финансированием инжиниринговой компании являются:

- обеспечение информацией по видам источников финансирования;
- анализ состава и структуры источников финансирования;
- анализ и оценка стоимости собственного и привлеченного финансирования инжиниринговых проектов.

Таблица 1

Состав источников финансирования инжинирингового проекта

Источник финансирования	Тип источника
1. *Финансирование за счет средств заказчика (инвестора)-*	
Авансы, полученные от заказчика	Собственные
Доходы по проекту	Собственные
Целевое финансирование проекта (гранты, субсидии и т.д.)	Собственные
Проектное финансирование сторонними участниками	Заемные
2. *Финансирование проекта за счет средств контрактора*	
Собственные доходы контрактора	Собственные
Средства от эмиссий и продажи долей капитала	Собственные
Нераспределенная прибыль	Собственные
Резервный капитал	Собственные
Долгосрочные кредиты и займы на реализацию проекта:	Заемные
Кредиты банков	Заемные
Лизинговые платежи	Заемные
Прочие займы	Заемные
Краткосрочные кредиты и займы на реализацию проекта	Заемные
Кредиторская задолженность по проекту	Заемные
Краткосрочные кредиты банков	Заемные
Микрозаймы	Заемные
Прочие	Заемные

Список литературы

1. *Йескомб Э.Р.* Принципы проектного финансирования / *Э.Р. Йескомб*; Пер. с англ. *И.В. Васильевской*. М.: Альпина Паблишер, 2015. 407 с.

2. *Косоногова Е.С.* Информационное обеспечение процесса привлечения внешнего финансирования / Сб. матер. IV Междунар. науч.-практ. конференции. Под ред. *А.Е. Карлика.* СПб: СПбГЭУ, 2015. С. 455-457.

3. *Косоногова Е.С.* Учетно-аналитическое обеспечение управления в сфере сервиса: Монография / *Е.С. Косоногова.* СПб.: СПбГУСЭ, 2011. 159 с.

4. *Митрошин А.В.* Инноватика. Оценка эффективности инвестиционного проекта [Электронный ресурс]: Учебное электронное интерактивное издание комплексного распространения / *А.В. Митрошин*; Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования «Тамб. гос. техн. ун-т». – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015.

5. *Бажаева Т.С., Гиоев Г.В., Заборовская О.В., Копачев А.А., Косоногова Е.С., Морунова Г.В., Родионов Д.Г., Самойлова Л.К., Федоров К.И.* Финансы: Учебник. СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2012. 303 с.

УДК 336

Пашигорева Галина Ивановна
Косоногова Екатерина Сергеевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

АУДИТОРСКОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ КАК ДОКАЗАТЕЛЬНАЯ БАЗА

Аннотация. Статья посвящена проблемам использования аудиторского заключения в качестве доказательной базы арбитражного процесса. По данным арбитражной практики по использованию аудиторского заключения, представленных на официальном сайте арбитражного суда РФ, а также по материалам дел высшего арбитражного суда г. Санкт-Петербурга выполнен теоретический и правовой анализ заключений и отчетов аудиторов, их разновидностей, предложена классификация заключений аудитора с позиции их квалификации как доказательств в арбитражном процессе на основе требований АПК РФ и национальных стандартов аудита.

Ключевые слова: арбитражный процесс, аудиторское заключение, стандарты аудита.

Pashigoreva Galina, I.
Kosonogova Ekaterina, S.
Saint-Petersburg State University of Economics

AUDIT REPORT AS THE EVIDENCE BASE

Abstract. The article is devoted to problems of using audit reports as evidence of the arbitration process. According to the arbitral practice on the use of the audit report, presented on the official website of the arbitration court of the Russian Federation, and also on materials of the Supreme arbitration court. Saint-Petersburg is made the theoretical and legal analysis of the opinions and reports of the auditors, their varieties, classification of findings of the auditor from the standpoint of their qualifications as evidence in the arbitration process based on the requirements of the APC and the national auditing standards.

Keywords: the arbitration process, audit report, audit standards.

В соответствии как с российскими, так и международными стандартами аудита основу аудиторского заключения составляет мнение аудитора. Аудиторское заключение как основный результат аудиторской деятельности представляет собой эффективный инструмент, который может использоваться для подтверждения достоверности как бухгалтерской (финансовой) отчетности субъектов хозяйствования, так и для выражения мнения об отдельных объектах аудита. Трансформационные процессы, происходящие в сфере организации финансового контроля на государственном уровне и уровне субъектов хозяйствования, предполагают смещение акцентов с государственного регулирования аудита в РФ на развитие и передачу полномочий контроля институтам саморегулирования. В связи с этим возникает ряд методологических и правовых вопросов, подлежащих исследованию. Особого внимания заслуживает изучение проблем использования результатов аудита в сфере судопроизводства, в частности

© Пашигорева Г.И., Косоногова Е.С., 2017.

в арбитражном процессе. Аудиторское заключение как доказательственная база может быть использована в судах различной юрисдикции. В арбитражном процессе особую актуальность представляет использование заключений аудитора в таких областях как арбитраж банкротств, налоговых споров, хозяйственных споров экономических субъектов и др. Существенные реформы законодательства и принципов регулирования предполагают сложности в вопросах правомерной трактовки использования заключений аудиторов в арбитражном процессе в рамках российского правового поля.

В соответствии с п. 3 ст. 1 Федерального закона от 30.12.2008 №307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» целью аудита является «независимая проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица в целях выражения мнения о достоверности такой отчетности» [1, 8]. Аудит может быть обязательным и инициативным. В соответствии со ст. 5 Федерального закона «Об аудиторской деятельности» обязательный аудит проводится в отношении бухгалтерской (финансовой) отчетности:

- если организация имеет организационно-правовую форму акционерного общества;
- если ценные бумаги организации допущены к организованным торгам;
- организации, вид деятельности которых установлен п.п. 3 ст. 5;
- предельные нижние значения выручки от продажи составляют 400 млн. руб., сумма активов бухгалтерского баланса на конец периода, предшествовавшего отчетному, превышает 60 млн. руб. (за исключением органов государственной власти, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных учреждений, государственных и муниципальных унитарных предприятий, сельскохозяйственных кооперативов, союзов этих кооперативов);
- если организация предоставляет и (или) публикует сводную (консолидированную) отчетность;
- в иных случаях, установленных федеральными законами.

Достаточно распространенным в отечественной практике является инициативный аудит (т.е. аудит, проводимый по решению самого экономического субъекта, его собственников или руководства). В 2013 г. доля аудиторских заключений, выданных по результатам инициативных проверок, составила 16,6% [2, 7, 4].

Каждый из указанных видов заключения может, по нашему мнению, классифицироваться как один из видов доказательств (письменное доказательство, заключение эксперта) [6]:

- аудиторские заключение, подтверждающее достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности, выданное до момента возникновения спора и по инициативе субъектов арбитражного процесса в ходе текущей деятельности предприятия (письменное доказательство);
- аудиторское заключение, подтверждающее достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности, полученное по инициативе (или с согласия) сторон арбитражного процесса и выполненное в рамках оказания сопутствующих услуг аудиту (письменное доказательств);

- заключение аудитора (аудиторской организации), полученное на основании определения арбитражного суда по вопросам, сформулированным судом на основе материалов, относимых к делу (заключение эксперта).

Таким образом, единственным видом заключения аудитора, которое может быть с точки зрения арбитражно-процессуального законодательства использоваться как доказательство вида «экспертное заключение» это заключение аудитора, выполненное в рамках оказания сопутствующих услуг и отвечающего следующим требованиям:

- заключение дано по вопросам, сформулированным в определении арбитражного суда (на основании ходатайства стороны или по инициативе суда);
- заключение по формальным признакам, логической структуре и содержанию соответствует требованиям п. 82 «Экспертное заключение» АПК РФ;
- заключение получено с соблюдением требования о предупреждении аудитора (руководства аудиторской организации) за дачу заведомо ложного заключения и уголовной ответственности и получения подписки.
- заключение носит категорический вывод, а не вероятностный.

Сделан вывод, что аудиторское заключение является допустимым доказательством и оценивается судом в совокупности с иными доказательствами по делу.

Выявлены риски и ограничения, которые препятствуют использованию и оценке аудиторского заключения как достоверного и надлежащего доказательства в арбитражном процессе.

Ограничения использования аудиторского заключения в арбитражном процессе имеют место ввиду того, что:

- в методологической базе проведения аудита широко используются методы выборочного подхода к источникам проверки и обзорное тестирование систем контроля и проверяемых материалов;
- учетно-аналитическая система и система внутреннего контроля предприятия интенциально содержат в себе риски ошибок и недостоверного отражения информации, в том числе могут иметь место и преднамеренные искажения ввиду субъективности лиц, ответственных за ведение учета);
- учетные процедуры, оценки и отчеты основываются на профессиональном суждении бухгалтера, которое в свою очередь содержит определенную долю субъективности;
- принимаемые в качестве основы для выражения мнения со стороны аудитора аудиторские доказательства имеют цель привести существенные аргументы в обоснование выводов о достоверности, но не носят исчерпывающего и всеобъемлющего характера.

Основным риском при использовании аудиторского заключения в качестве доказательства является:

- уровень субъективности выражаемого аудитором мнения на основе профессионального суждения;
- вероятностный характер аудиторского заключения, основанный на допущении наличия аудиторского риска (в том числе такого важнейшего риска, как риск необнаружения ошибки, возможность влияния на аудитора);
- проведение аудит на основе данных аудиторской выборки, что исключает абсолютную уверенность в исследовании фактов, которые могли бы быть отнесены к опровержению/подтверждению мнения стороны в арбитражном процессе;
- формализация вида и содержания аудиторского заключения.

Список литературы

1. Федеральный закон от 30.12.2008 №307-ФЗ «Об аудиторской деятельности».
2. Основные показатели рынка аудиторских услуг в Российской Федерации в 2013 году: URL: http://www.minfin.ru/ru/accounting/audit/basics/programs.
3. *Карсон Э.* и др. Отчетность аудитора относительно сомнения в непрерывности деятельности аудируемого лица. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2000496.
4. *Косоногова Е.С.* Информационное обеспечение процесса привлечения внешнего финансирования / Сб. матер. IV Междунар. науч.-практ. конференции. Под ред. *А.Е. Карлика.* СПб: СПбГЭУ, 2015. С. 455-457.
5. *Косоногова Е.С.* Особенности классификации затрат по экономической роли в производстве // Управленческий учет. 2016. №2. С. 14-21.
6. *Косоногова Е.С.* Учетно-аналитическое обеспечение управления в сфере сервиса: Монография / *Е.С. Косоногова.* СПб.: СПбГУСЭ, 2011. 159 с.
7. *Пашигорева Г.И., Косоногова Е.С.* Отчетность об устойчивом развитии (GRI): концепция развития / Россия и Санкт-Петербург: экономика и образование в XXI веке. Науч. сессия проф.-препод. состава, науч. сотр. и аспирантов по итогам НИР за 2015 год: Сб. лучших докладов. СПб.: СПбГЭУ, 2016. С. 51-53.
8. *Бажаева Т.С., Гиоев Г.В., Заборовская О.В., Копачев А.А., Косоногова Е.С., Морунова Г.В., Родионов Д.Г., Самойлова Л.К., Федоров К.И.* Финансы: Учебник. СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2012. 303 с.

УДК 332.142

Пискун Елена Ивановна
Севастопольский государственный университет

ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО СЦЕНАРИЯ РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы возможностей и угроз реализации инновационного сценария социально-экономического развития Республики Крым и города Севастополя. На основе анализа сложившейся ситуации в регионах отмечается, что интенсивное государственное финансирование инфраструктурных объектов, создание инновационно-

© Пискун Е.И., 2017.

промышленных кластеров, рост инвестиций в основной капитал приведет к росту валового регионального продукта. Вместе с тем отмечаются негативные тенденции в экономике, такие как, значительный износ основных фондов, низкая инновационная активность предприятий, рост уровня бедности. Результаты исследования показывают, что в современных условиях Республика Крым и г. Севастополь развиваются по модернизационному пути, но в случае отмены санкций, указанные регионы будут инвестиционно привлекательными и инновационный сценарий может быть успешно реализован.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие, регион, инновации, Республика Крым, сценарии развития, возможности, угрозы.

Piskun Elena, I.
Sevastopol State University

OPPORTUNITIES AND THREATS OF IMPLEMENTATIONS OF THE CRIMEAN REPUBLIC'S DEVELOPMENT OF THE INNOVATIVE SCENARIO

Abstract. In this article the question of possibilities and threats of the implementation of the innovative scenario of the social-economic development of the Crimean Republic and the Sevastopol city is observed. Analysing this situation in regions I can define that intensive state financing of infrastructural objects, creation of innovative-industrial clusters, investive growth of the major capital is going to lead to the gross regional product's growth. Along with negative tendentions are defined, such as significant wear of major funds, the low innovative activity, growth of poverty level. The results of research show that now the Crimean Republic is developing by a modernized way, but in the case of sanctions' cancellation the following regions will be invectively attractive and the innovative scenario can be successfully realized.

Keywords: social-economic development, region, innovation, the Crimean Republic, the scenario of development, opportunities, threats.

В январе 2017 года в Республике Крым принят закон №352-ЗРК/2017 «О Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» [1], согласно которому предлагается к реализации три сценария развития:

− консервативный, предполагающий инерционное развитие, согласно которому ситуация не изменится, а будет только усугубляться с учетом наличия санкций Запада, отсутствия иностранных и отечественных инвестиций, оттока квалифицированной рабочей силы и негативных миграционных изменений;

− модернизационный, подразумевающий, что социально-экономическое развитие улучшится, но только в аспекте приближения к среднероссийскому уровню благодаря улучшению логистических цепочек и росту российских инвестиций посредством введения в строй крымского моста;

− благодаря инновационному сценарию предполагается опережающий рост экономики и социальной сферы на фоне смягчения санкционного режима, развития высокотехнологичных отраслей, внедрения инноваций, притока рабочей силы, увеличения рождаемости и роста продолжительности жизни, положительного миграционного потока.

Основываясь на целевых ориентирах, основные из которых представлены в табл. 1 и анализе Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года [1] (далее – Стратегия) складывается мнение, что эксперты

по разработке данного документа склоняются к инновационному сценарию развития событий.

Таблица 1

Целевые ориентиры социально-экономического развития Республики Крым

Показатель	2015	2030	Изменения, раз
Численность населения Республики Крым, тыс. человек	1907,1	2327,8	1,2
Коэффициент естественного прироста/убыли населения Республики Крым, %	-2,7	1,0	Достижение естественного прироста
Ожидаемая продолжительность жизни, лет	70,52	75,13	1,07
Смертность от всех причин, на 1 тыс. населения	15,4	9,7	-1,6
Доступность дошкольного образования для детей в возрасте от 3 до семи 7, %	82,3	100	1,2
Доля площади жилого фонда, обеспеченного всеми видами благоустройства, в общей площади жилищного фонда РК, %	50,7	85,0	1,7
Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя, кв. м	16,3	30,0	1,8
Удельный вес высококвалифицированных работников в общей численности квалифицированных работников,	29,7	45,0	1,5
Доля уловленных и обезвреженных загрязняющих атмосферу веществ в общем количестве отходящих загрязняющих веществ от стационарных источников, %	87,6	100	1,1
Рост производительности труда относительно 2015 года, %	-	319,2	рост
Доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в ВРП, %	20,3	29,0	1,4
Доля инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг, %	0,7	12,0	17
Удельный вес организаций, осуществляющих технологические, организационные, маркетинговые инновации, в общем количестве обследованных	11,5	32,0	2,8
Количество кластеров, ед.	0	11	рост
Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг в обрабатывающей промышленности (за исключением пищевой промышленности), млрд. руб. (в сопоставимых ценах относительно 2015 года)	21,3	117,3	5,5
Доля домохозяйств, имеющих широкополосный доступ к информационно-телекоммуникационной сети Интернет, %	70,6	100	1,4
Туристский поток, млн. чел.	4,6	10,0	2,2
ВРП на душу населения, тыс. руб. (в сопоставимых ценах относительно 2015 года)	147,2	617,0	4,2
Объем инвестиций в основной капитал (за исключением бюджетных средств), млрд. руб. (в сопоставимых ценах относительно 2015 года)	23,6	344,8	14,6
Оборот продукции, производимой малыми предприятиями, в том числе микропредприятиями и индивидуальными предпринимателями, тыс. руб. на душу населения (в сопоставимых ценах относительно 2015 года)	32,5	123,9	3,8
Объем экспорта, млн. долл. США (при среднегодовом курсе доллара 2015 г.; сопоставимых ценах относительно 2015 года)	79,3	1200	15,1

Социально-экономическая обстановка как в регионе, так и в стране достаточно сложная из-за системного кризиса и геополитических событий. Возможно ли достичь указанного роста и идти по инновационному пути развития в рассматриваемом регионе?

Необходимо, прежде всего, говорить об инвестиционных потоках, которые обеспечат новые рабочие места, развитие производства, туризма, АПК, дадут рост ВРП, создадут привлекательные условия для жизни населения. На сегодняшний день ситуация с инвестициями в регионе отставляет желать лучшего. Так, согласно данным Росстата [3], в Южном федеральном округе, частью которого сейчас являются РК и г. Севастополь, инвестиции в основной капитал в 2015 году составляли 3,7% и 0,5% соответственно (рис. 1). В г. Севастополь данный показатель самый низкий по ЮФО, по РК незначительно выше по сравнению с Республиками Адыгея и Калмыкия.

По данным аналитического центра при Правительстве Российской Федерации, по итогам первого полугодия 2016 года 45 российских регионов снизили объем инвестиций в основной капитал (по полному кругу организаций в годовом выражении), а 40 – его нарастили (для сравнения, по итогам 2015 года спад инвестиций показали 58 регионов, рост – всего 27), максимальный прирост – в г. Севастополь (+97%) [2]. Указанные данные свидетельствуют не о том, что г. Севастополь стал инвестиционно привлекательным, а о существенном присутствии государственных вложений в данный регион.

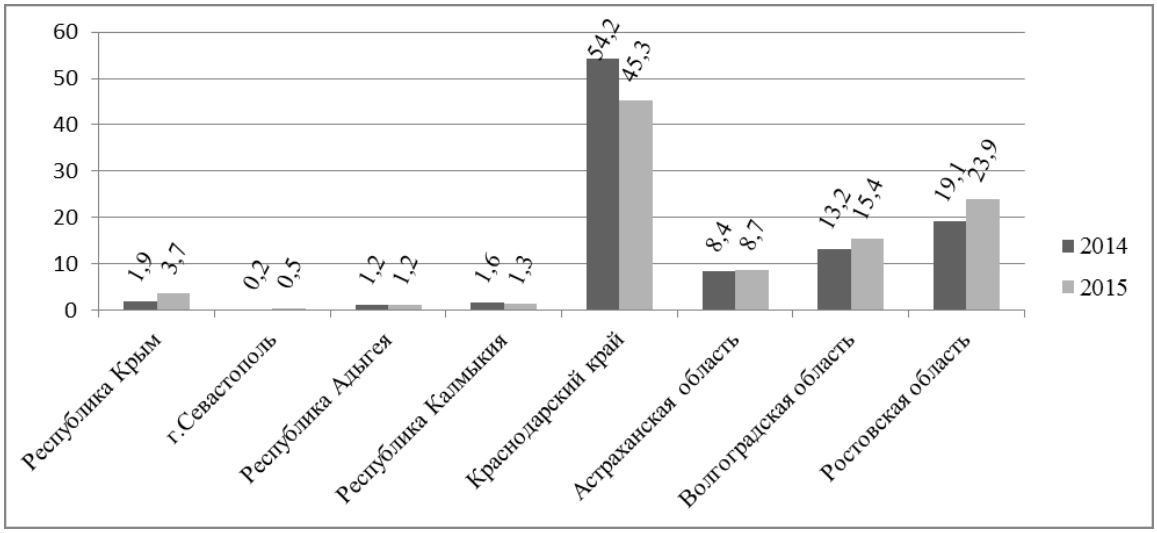


Рис. 1. Инвестиции в основной капитал по Южному федеральному округу, 2014-2015 гг.
Источник: составлено автором по данным Росстата.

Отметим, что в эти годы наблюдается серьезное государственное финансирование инфраструктурных проектов, в частности, строительство дорог; производство электроэнергии, газа, воды; строительство объектов здравоохранения,

транспортного комплекса, связи и массовых коммуникаций. Так, согласно ФЦП «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» [6] в 2015 году размер капитальных вложений должен был составить 115 395,9 млн. руб., тогда как инвестиции в основной капитал составили 54 140,09 млн. руб. Отсюда следует, что вложения в указанные регионы корпоративным сектором крайне незначительны. При этом известно, что износ основных средств, в среднем по стране и отраслям, составляет 47-49%, ситуация в Крыму гораздо хуже, в РК и г. Севастополь данный показатель составляет 66,1% и 59,8% соответственно. Такое положение могут исправить только крупные инвестиции.

На существенные изменения в данном вопросе в ближайшее время вряд ли стоит рассчитывать, так как из-за санкций РК и г. Севастополь не будут привлекательны для корпоративных инвесторов.

В мировой практике значительную часть ВРП создают кластеры различного рода, в РК планируется создание к 2030 году 11 кластеров (табл. 1) при их полном отсутствии в 2017 году. Естественно, что такие структуры необходимы, они показывают свою эффективность. Но для решения такой сложной задачи необходимы не только ресурсы, которых пока недостаточно в РК, но и управленческая составляющая, соответствующая инфраструктура.

Для организации эффективных промышленно-инновационных кластеров недостаточно использования внутреннего потенциала и соответствующих методов управления. Необходимы всесторонняя поддержка государственных и местных органов власти, формирование регионального законодательного поля осуществления промышленной и инновационной деятельности, состоящее в создании благоприятного инвестиционного климата и налогового стимулирования [4].

По данным Росстата [3], инновационная активность организаций (удельный вес организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций) в РК и г. Севастополь в 2015 году составляла 5,1% и 4,8% соответственно, что отличается от данных, указанных в стратегии (11,5%). Этот показатель в 2 раза ниже, чем в целом по стране (9,3%). Коэффициент изобретательской активности – 81 место в России на 2014 год (0,14). Опираясь на данную статистику можно сказать, что пока нельзя говорить об обеспечении экономического роста в данных регионах за счет инноваций.

С социальной точки зрения также существуют угрозы, состоящие в приросте уровня бедности, который значительно коррелирует с ВРП. Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума по изучаемым субъектам РФ (в % от общей численности населения) составлял в 2015 году 23,0% и 15,1%, по России – 13,3%, что может создавать социальную напряженность. Однако по результатам экономико-математических расчетов [5] по ЮФО в прогнозируемом периоде будет наблюдаться снижение уровня бедности и рост ВРП, но несущественно.

На основании вышеизложенного, в качестве угроз реализации инновационного сценария социально-экономического развития Республики Крым, можно назвать санкционный режим, недостаточность инвестиций, высокий износ основных средств, низкая инновационная активность предприятий. В качестве возможностей – создание промышленно-инновационных кластеров, государственная финансовая поддержка, имеющийся туристско-рекреационный потенциал.

Список литературы

1. Закон №352-ЗРК/2017 «О Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/352z.pdf (дата обращения 07.02.2017).

2. Инвестиции в основной капитал и источники их финансирования // Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики, сентябрь, 2016. 20 с. Режим доступа: http://ac.gov.ru/files/publication/a/10337.pdf.

3. Официальный сайт Росстата. Инвестиции в основной капитал по субъектам Российской Федерации. Режим доступа: http://www.gks.ru (дата обращения 07.02.2017).

4. *Пискун Е.И.* Детерминанты социально-экономического развития республики Крым: теория и практика / *Е.И. Пискун, В.В. Кудревич* // Современный менеджмент: проблемы и перспективы: Сб. статей. В 2-х ч. Ч. 2 / Ред. колл.: *А.Е. Карлик* (отв. ред.) [и др.]. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. С. 215-221.

5. *Пискун Е.И.* Рост уровня бедности как дестабилизирующий фактор экономического развития // *Е.И. Пискун, В.В. Хохлов* // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2016. №(10). С. 20-33.

6. ФЦП «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года». Режим доступа: http://m.government.ru/media/files/41d4fa3a896280aaadfa.pdf (дата обращения 07.02.2017).

УДК 339.137/65.05

Семеркова Любовь Николаевна
Дивненко Зоя Александровна
Пензенский государственный университет

УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ ПОСРЕДСТВОМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ (ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ)

Аннотация. Данная работа посвящена практическому применению информационных технологий и инструментов в конкурентной разведки. Понятие конкурентной разведки, цикл разведки и алгоритм процесса конкурентной разведки изучаются. Программное обеспечение для сбора, хранения, обработки и распространения информации рассматривается. Особое внимание уделяется конкурентной разведке в Интернете.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентная разведка, стратегическая конкурентоспособность, информация, информационные технологии, Интернет.

© Семеркова Л.Н., Дивненко З.А., 2017.

Semerkova Lyubov, N.
Divnenko Zoya, A.
Penza State University

MANAGEMENT OF STRATEGIC COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE THROUGH THE USE OF COMPETITIVE INTELLIGENCE (INFORMATION TECHNOLOGY)

Abstract. This article is dedicated to the practical application of information technologies and tools in competitive intelligence. The concept of competitive intelligence, the intelligence cycle and the algorithm of the process of competitive intelligence are studied. Software for collection, storage, processing and dissemination of information is reviewed. Special attention is given to the competitive intelligence tools on the Internet.

Keywords: competitiveness, competitive intelligence, information technology, strategic competitiveness, Internet.

Введение

На современном этапе экономического развития проблема конкурентоспособности занимает центральное место в экономической политике государства. Повышение конкурентоспособности касается всех уровней национальной экономики: продукции, предприятия, отрасли, региона и страны в целом, однако особую важность приобретает конкурентоспособность предприятия как основного звена экономики. Создание конкурентных преимуществ перед соперником становится стратегическим направлением деятельности предприятия.

Для успешной конкурентной борьбы предприятиям необходимо не только обновлять технологии и технологическое оборудование, изучать внутренний и внешний рынок, выявлять свои возможности, но и анализировать слабые стороны, уязвимые места конкурентов, оказывать управляющее воздействие на собственную конкурентоспособность. Эффективность функционирования предприятия в условиях рынка предполагает активный поиск и анализ бизнес-информации для формирования стратегии повышения конкурентоспособности. В данном направлении все большую актуальность приобретает конкурентная разведка.

1. Понятие конкурентной разведки

Конкурентная разведка – сбор и обработка данных из разных источников, для выработки управленческих решений с целью повышения конкурентоспособности коммерческой организации, проводимые в рамках закона и с соблюдением этических норм, что является главным отличием от промышленного шпионажа, кроме того, это структурное подразделение предприятия, выполняющее эти функции. Конкурентная разведка – это информационно-аналитическая работа, цель которой сбор информации о физических и юридических лицах без применения оперативно-розыскной деятельности, что является прерогативой государственных спецслужб и правоохранительных органов.

Конкурентная разведка – деятельность с конкретным этическим кодексом, анализ и использование информации происходит исключительно из от-

крытых источников, мониторинг конкурентной среды осуществляется без нарушения законов и норм этики.

Многие исследователи сводят конкурентную разведку только к функциям бенчмаркинга, что является не совсем корректно. Бенчмаркинг – это поиск и изучение информации о лучших решениях, используемых в деятельности других компаний.

В основном полезная информация разведывательного характера добывается из секретных источников, на практике же это далеко не так. Иногда до 95% информации можно почерпнуть из открытых источников, надо лишь грамотно организовать их изучение.

Как и в любой другой деятельности, эффективность конкурентной разведки определяется по схеме «затраты – эффект». Для разведдеятельности можно назвать три вида эффекта: прибыль, экономия средств, предотвращение материального и морального ущерба.

Иногда при небольших затратах и высокой оперативности можно добиться значительных результатов, предотвратив финансовые и моральные потери предприятия. Конкурентная разведка – важнейший инструмент минимизации рисков и обеспечения прибылей, поскольку в определенном смысле это система «раннего предубеждения» о намерениях конкурентов, возможных поворотах и изменениях на рынке, возможных результатах воздействия политических технологий на предпринимательскую деятельность [5].

Система конкурентной разведки предприятия дает своеобразный мультипликативный эффект, совмещая интересы обеспечения экономической безопасности предприятия с решением вопросов маркетинга, поскольку на ее основе вырабатывается эффективная экономическая политика предприятия.

2. Разведывательный цикл и алгоритм процесса конкурентной разведки

Для понимания механизмов действия системы конкурентной разведки целесообразно рассмотреть основные стадии информационно-аналитического процесса и его составные элементы. Основу системы конкурентной разведки составляет разведывательный цикл, заключающийся в последовательной реализации пяти этапов (рис. 1).

Процесс конкурентной разведки начинается с определения целей, потребностей и задач. Выделяют два уровня целей конкурентной разведки. Главной целью, или целью 1-го уровня, является поддержка принятия решений высшего руководства предприятия. К целям 2-го уровня относятся: анализ конкурентной ситуации, прогнозирование будущих изменений конкурентной среды, информационная поддержка решений специалистов на всех уровнях, мониторинг действий конкурентов.

Разведывательная цель соотносится в обязательном порядке с генеральной целью компании, с планами и оперативными запросами, и в соответствии с этим происходит установка приоритетности информационных нужд.

Второй этап – сбор данных. На этом этапе осуществляется отбор источников и сбор информации, проводимые в соответствии с поставленными задачами и установленными целями. Важно отметить, что конкурентная разведка ведет работу только с открытыми источниками.

Рис. 1. Цикл конкурентной разведки

Количество источников получения необходимых данных огромно, поэтому процесс их отбора должен иметь четкие критерии, не отражающиеся на ценности.

Важным фактором процедуры выбора информационных ресурсов является скорость получения информации и верифицирование материалов, т.е. оценка надежности источника, достоверности и точности.

Третий этап цикла конкурентной разведки – анализ данных. Этот этап цикла информационно-аналитической деятельности начинается с оценки информации, следом осуществляется систематизация полученных материалов и проводится системно-структурный анализ. Заключительным шагом процесса анализа выступает разработка отчетов и предложений для принятия решений.

В зависимости от цели и специфики работы, особенностей восприятия информации и желаний заказчика конечная форма представленных данных может принять вид аналитического обзора, отчета, доклада, обзора событий, информационного бюллетеня, комментария или устного доклада.

Структура разведывательного цикла во многом зависит от большого количества внешних и внутренних факторов, в том числе: числа участников, целей участвующих сторон, используемых каналов, личных предпочтений руководства и т.д.

Уровень конкурентоспособности предприятия во многом обеспечивается хорошо организованной системой сбора деловой информации, которая ложится в основу конкурентной борьбы за клиентов, завоевания новых рынков, увеличения прибыли, снижения издержек, а также используется в процессе принятия управленческих решений, стратегического планирования, проведения маркетинговых исследований и PR-компаний.

Большим подспорьем для эффективной системы повышения конкурентоспособности организации является создание системы информационного обеспечения внутреннего и внешнего окружения фирмы, представляющей собой

единый интегрированный банк данных с использованием современных компьютерных технологий, где накапливается вся информация, поступающая из открытых и конфиденциальных источников.

Государства создают официальные структуры с целью обеспечения своевременного получения и хранения информации, предприятия ощущают потребность в современных технологиях анализа информации, постоянном обновлении программных средств обеспечения безопасности и в максимальной интеграции всей системы анализа, обработки и применения постоянно обновляющейся информации различного рода [2].

3. Программное обеспечение для сбора, хранения, обработки и распространения информации

Всё программное обеспечение, которое используется для работы с информацией, можно разделить на общее, специальное и интегрированное. К первому типу относятся продукты, которые могут использоваться для решения широкой группы задач (текстовые редакторы, электронные таблицы и т.п.), ко второму – узкоспециализированные программы, предназначенные для решения специальных задач (анализ бухгалтерской отчетности, планирование складского запаса и т.д.). Наконец, к третьему типу можно отнести программное обеспечение, интегрирующее различные информационные системы и данные в единый комплекс. Первый тип, в свою очередь может быть разделен на ПО для поиска информации; для получения информации от пользователей; для обработки информации; для хранения и для распространения информации.

Программное обеспечение для поиска и сбора информации представлено решениями для поиска информации на компьютере и в локальной сети (Yandex Desktop), для отслеживания изменений на веб-страницах (Web Site Watcher, Update Scanner и Site Sputnik), для отслеживания упоминаний определенных ключевых слов (Google Alert, Site Sputnik), сбора информации из новостных лент и RSS-потоков (Kanban, Яндекс.Лента, Google Reader), а также сбора информации от респондентов (Microsoft Info Path, Формы Google). Данное программное обеспечение позволяет автоматизировать процесс поиска информации и отслеживания обновлений на сайтах, упростить сбор сведений от респондентов и копирование полученной информации на рабочую станцию.

Для хранения информации могут быть использованы самые разнообразные решения, начиная с папок в операционной системе и заканчивая онлайн-базами данных. Самый простой способ организации архива информации – использование папок файловой системы. Благодаря специальным программам по поиску сведений, хранящихся в компьютере (системы Copernic, Yandex Desktop и т.п.), данные можно найти практически мгновенно. Второй вариант реализации системы хранения информации – это создание базы данных в электронных таблицах (MS Excel, Calc и др.), что позволяет производить быстрый поиск информации в базе, а также легко экспортировать ее в другие приложения для дальнейшей обработки. В том случае если уровень знания программы позволяет писать макросы, то процесс работы с такой базой данных становится еще более эффективным. Среди недостатков такого способа хранения информации

следует отметить высокую вероятность полного или частичного дублирования данных, а также большой объем работы, выполняемой вручную, связанной с присваиванием записи определенных атрибутов. Когда речь идет о таблице, содержащей несколько сотен строк, это не так актуально, но когда она включает тысячи и десятки тысяч строк, возникновение ошибок неизбежно. Также в Excel тяжело создать систему реляционных таблиц и справочников.

Более эффективным является хранение данных в специальных базах данных, для работы с которыми используется специальное программное обеспечение – системы управления базами данных (СУБД). Среди них необходимо особо отметить MS Access – программу, которая входит в состав профессионального пакета MS Office, а создать с ее помощью несложную базу данных под силу практически любому пользователю офисных программ после небольшого изучения. В документ, созданный в этой программе, можно без особого труда экспортировать данные из таблиц, ранее созданных в программе Excel. Программа MS Access позволяет организовывать как простейшие, так и очень сложные реляционные базы данных. Кроме того, развитая система запросов позволяет формировать отчеты любой сложности за очень короткое время.

Программное обеспечение для обработки статистической и текстовой информации представлено статистическими пакетами (SPSS, Statistica) и электронными таблицами (Microsoft Excel, Libre Office Calc), а также решениями на основе OLAP и Data Mining. Данные программы характеризуются высокой скоростью обработки данных, оперативностью поиска и фильтрации данных, а также автоматизацией рутинных операций при помощи макросов. Программы на основе OLAP и Data Mining позволяют быстро обрабатывать большие объемы данных и повышать эффективность анализа за счет методик обнаружения в базах данных скрытых знаний и возможности получать различные информационные срезы и визуализации результатов.

Программное обеспечение для коммуникаций с клиентами включает в себя клиенты электронной почты, программы обмена быстрыми сообщениями, средства голосовой и видеосвязи, программы для проведения вебинаров. Эти программы позволяют упростить процесс получения и распределения информации благодаря высокой скорости передачи данных, возможности привлечения нескольких участников одновременно, обмену файлами. Средства голосовой и видеосвязи (Skype и Google Talk), а также ПО для проведения вебинаров (Big Blue Button 1, Comdi и др.), позволяют в режиме реального времени общаться с существующими и потенциальными клиентами, проводить семинары без необходимости личного присутствия участников в месте из проведения, получать обратную связь от участников.

4. Инструменты конкурентной разведки в сети Интернет

Вследствие стремительного развития глобальной сети Интернет и усиления его влияния на деятельность предприятий и организаций, увеличение количества информационных ресурсов именно конкурентная разведка в Интернете стала важнейшей функцией современного менеджмента и главным условием динамичного развития бизнеса.

Знание принципов конкурентной разведки в Интернете и практическое применение специальных поисковых машин необходимы в работе любого предприятия.

Существующие средства поиска информации в Интернете можно условно разделить на несколько групп:

- каталоги;
- информационно-поисковые системы;
- метапоисковые системы;
- системы мониторинга и контент-анализа;
- экстракторы объектов, событий и фактов;
- системы управления знаниями (Data Mining, Text Mining);
- специализированные системы конкурентной разведки.

Каталог – это иерархическая система, обеспечивающая классификацию информации. Каталоги работают не с индексами, а с описаниями ресурсов Интернета. Они наполняются Web-мастерами или специальными редакторами, которые просматривают информационные ресурсы Сети. Наиболее развитыми каталогами на сегодняшний день являются Yahoo!, Open Directory, Яndex.

Информационно-поисковая система (ИПС) – это система, обеспечивающая отбор, индексирование и поиск информации на основе индекса. Поисковые системы следует применять, если требуется найти информацию по специфичным вопросам или для обеспечения полноты охвата ресурсов. Лидирующими среди ИПС являются Google, Яndex, MSN и другие.

Метапоисковые системы – это надстройки над поисковыми системами и электронным каталогами, которые не имеют собственной базы данных (индекса) и при поиске по поисковому предписанию пользователя самостоятельно формируют запросы для нескольких внешних средств поиска, а затем анализируют полученные результаты и выдают список ссылок в порядке, определяемом соотношением рейтингов ответа сразу по нескольким средствам поиска [4].

Наиболее значимые метапоисковые системы – Meta Crawler (http://www.metacrawler.com) и MetaBot.ru (http://metabot.ru). Метапоисковые системы наиболее эффективны на начальных этапах поиска информации. Они помогают локализовать средства поиска, в которых присутствуют сведения об искомой пользователем информации.

Системы мониторинга и контент-анализа обеспечивают регулярный поиск и «скачивание» информации по заданным темам и с заданных сайтов, а также анализ содержания полученных документов. Такие системы в основном обладают развитым языком запросов, что позволяет существенно детализировать и конкретизировать запросы по сравнению с обычными поисковыми системами.

Системы управления знаниями предназначены для автоматического анализа и нахождения взаимосвязей между документами, людьми и информацией в пределах всей организации [5].

Под управлением знаниями понимается совокупность стратегий и процессов по выявлению, приобретению, распространению, использованию, контролю и обмену знаниями, необходимыми для обеспечения конкурентоспособ-

ности организации [3]. Примерами систем управления знаниями являются Knowledge Discovery System и Share Point Portal Server.

Специализированные системы для конкурентной разведки могут включать в себя одно или несколько из перечисленных выше поисковых средств, специально «заточенных» под эти специфические задачи. Кроме того потребности конкурентной разведки предполагают в качестве источников информации кроме полнотекстовых документов из Интернет, еще и доступные в Сети базы данных, собственные, принадлежащие структуре, документы, таблицы и базы данных, а также формализованные и неформализованные документы и БД, добытые из других источников.

Проанализировав основные инструменты конкурентной разведки в Сети Интернет, можно выделить следующие группы:

1. Инструменты для отслеживания упоминаний (Google Alerts, Social Mention, Marketing Grader);
2. Статистика поисковой рекламы (Advse, Prodvigator, SpyFu, What Runs Where);
3. Анализ и мониторинг ключевых слов (Competitive Research & Keyword Research Gadget, Google Keyword Planner, Monitor Backlinks, SEMRush, SpyFu, The Search Monitor, iSpionage);
4. Анализ социальных сетей (InfiniGraph, Simply Measured, Postee);
5. Рейтинг сайтов и анализ популярности (Similar Web, Alexa);
6. Проверка ссылочной массы, обратных ссылок и ликбилдинг (Majestic SEO, Ontolo, Link Prospector, Open Site Explorer);
7. Универсальные инструменты (Simply Measured).

Заключение

Конкурентная разведка представляет собой методы, включающие в себя технологии и средства сбора и обработки данных из открытых источников, осуществляемые в рамках законодательства и с соблюдением этических норм. Она служит средством обеспечения руководства компании актуальной информацией с целью увеличения доходов, избегания неоправданных расходов, сохранения положения на рынке или получения иной коммерческой выгоды, по ключевым объектам.

Правильно подобранные инструменты конкурентной разведки формируют универсальную систему, которая позволит руководству компании оперативно реагировать на изменения ситуации на рынках, оценивать риски и возможности, прогнозировать их и, как следствие, принимать правильные управленческие решения.

Список литературы

1. *Аверченков В.И.* Мониторинг и системный анализ информации в сети Интернет: Монография [электронный ресурс] / *В.И. Аверченков, С.М. Рощин*. 2-е изд., стереотип. М.: ФЛИНТА, 2011. 160 с.

2. *Богомолова И.П.* Анализ формирования категории конкурентоспособность как фактора рыночного превосходства экономических объектов / *И. П. Богомолова* // Маркетинг в России и за рубежом. 2013. №1. С. 25.

3. *Малинин И.* Зачем нужен мониторинг? URL: http://reklamaster.com/articles/year/2012/id/33270/index.html (дата обращения 08.09.2016).

4. *Мартич А.* Через знания – к звездам / *А. Мартич* // Управление компанией. 2001. №5. http://management.web-standart.net/ article0$id!13211.htm.

5. *Divnenko Z.A., Maslov D.G*. Analysis of the categories «competition» and «competitive intelligence» as enhancing factors of enterprises' competitiveness / *Z.A. Divnenko, D.G. Maslov* // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2015. №1(13). С. 8-12.

6. Lotus Software от IBM предлагает новое решение для систем управления знаниями. http://www.ibm.com/ru/news/nfolder/ 31_10_01_02.html (дата обращения 20.08.2016).

7. От науки к бизнесу / «Университет, бизнес и власть: итоги взаимодействия за 10 лет». 10-й Междунар. форум, г. Санкт-Петербург. СПб., 2016.

8. *Treacy M.* The Discipline of Market Leaders: Choose Your Customers, Narrow Your Focus, Dominate Your Market / M. Treacy, Fr. Wiersema. NY.: Perseus Book, 1997. 213 p.

УДК 332

Сиротенко Михаил Викторович
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
(Финансовый университет)

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ИМПЕРАТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ ОТРАСЛЕЙ

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финуниверситета 2016 года.

Аннотация. Устойчивое развитие становится неотъемлемым элементом экономики. Принципы устойчивого развития затрагивают многие аспекты: общество, производство, социальную сферу с различной характеристикой функциональных составляющих. В статье проанализированы отечественные и зарубежные подходы к содержанию и структуре функциональных составляющих экономики, их взаимосвязи с факторами устойчивого развития. Предложены базовые и специфические функциональные составляющие устойчивого развития отраслей.

Ключевые слова: устойчивое развитие экономики, отрасли, функциональные составляющие, стратегический потенциал.

Sirotenko Mihail, V.
Financial University under the Government
of the Russian Federation

STRATEGIC IMPERATIVES FOR MANAGING SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF INDUSTRIES

Abstract. Sustainable development is an integral part of the economy. Principles of sustainable development affect many aspects: society, the production, the social sphere with various characteristic functional components. The article analyzes the domestic and foreign approaches to the

© Сиротенко М.В., 2017.

content and functional components of the structure of the economy, their relationship with the factors of sustainable development. Proposed basic and specific functional components of sustainable development sectors.

Keywords: sustainable development of the economy, industry, functional components, strategic potential.

Опыт функционирования экономических систем индустриально развитых государств свидетельствует о направленности на устойчивое развитие, включающее в себя повышение производительности труда, уменьшение негативного влияния на окружающую среду, усиление международной интеграции и ориентацию на развитие человеческого потенциала [7]. Устойчивому развитию предшествует переходный период: создание стартовой базы (основ управления); разработка системы стратегических и тактических целей развития; определение индикаторов, пропорций сбалансированного развития, критериев и механизмов достижения целей [4].

Функциональная составляющая устойчивого развития экономики представляет собой относительную категорию, которая характеризует процессы обеспечения устойчивого развития всех институтов экономики (нормативные и программные регуляторы, рынок и предпринимательская инфраструктура, финансовый сектор, производственная инфраструктура, социальная среда в части развития кадрового потенциала, научно-исследовательский сектор) с позиции эффективности выполнения своих функций [5].

Потенциал как экономическая категория в настоящее время рассматривается, как правило, с позиции философско-экономического содержания. По спорному утверждению В.Г. Беломестнова [2], термин «потенциал» используют, когда не могут количественно оценить экономическую деятельность социально-экономической системы. Потенциал (от лат. potentia – сила) – источники, возможности, средства, запасы, которые могут быть использованы для применения какой-либо задачи, достижения определенной цели; возможности лица, общества, государства в определенной области. В экономической теории потенциал определяют как совокупность имеющихся средств, возможностей, ресурсов в какой-либо сфере, а термин «потенциальный» обозначает «возможный», наличие и использование которого является вероятностным фактором.

В экономической литературе наблюдаются расхождения по поводу того, что считать потенциалом социально-экономической системы [6. С. 11].

Различают физический и экономический подход к потенциалу. В экономическом подходе, потенциал оценивают в стоимостном виде, в физическом подходе под потенциалом понимаются физические категории – энергия, материя, энтропия. Следует отметить, что потенциал является кумулятивной синергетической характеристикой системы, то есть чем-то большим, чем просто заданным набором определенных элементов, и проявляется только при его оценке или использовании.

Управление потенциалом – процесс создания и поддержки способностей, достаточных для выполнения обязательств, организационного развития, осуществления изменений и критических ситуаций, создания необходимых стратегических резервов. Сформулированные Б. Райаном «законы потенциала» доста-

точно универсальны и с учетом уточнений применимы в управлении отраслями и комплексами отраслей [9]: 1) эффективный менеджмент не возможен, если базовый потенциал в соответствии с имеющимся входом в систему организации не может выработать продукт, доходы и прибыль на выходе, достаточные для покрытия затрат на производство базового потенциала; 2) объем инвестиций не должен превышать требований по «запуску» отрицательного потенциала; 3) взятые обязательства могут понижать потенциал, если они превышают возможности, которые можно использовать при выполнении обязательств; 4) краткосрочные финансовые эффекты, не обеспечивающие долговременных, приводят к понижению потенциала; 5) затраты на потенциал не должны понижаться, они могут лишь перераспределяться в пользу его элементов, обеспечивающих необходимый в данной ситуации эффект.

Стратегический потенциал системы управления устойчивым развитием можно охарактеризовать следующими компетенциями: макроэкономического стратегического анализа; своевременного выявления потребностей внешней среды, потребителей; анализа экономической конъюнктуры рынка; анализа факторов производства; анализа внутренней среды управления, составляющей реальный или скрытый потенциал; генерирования конкурентоспособных идей развития, способность к их реализации на всех уровнях управления; поддержания конкурентного статуса территории и территориального маркетинга (если анализируем тренды и выявляем причинно-следственные связи развития отраслей в различных субъектах Федерации).

Выделим базовые функциональные составляющие (императивы) устойчивого развития отраслей, которые могут оцениваться как качественно, так и количественно, исходя из поставленных задач: институционально-управленческие; производственно-технологические; рыночные; финансово-бюджетные; инвестиционно-инновационные; социальная инфраструктура на основе стандартов корпоративной социальной ответственности (КСО); развитие кадрового потенциала; природно-экологическая устойчивость; развитие межрегиональных и межотраслевых хозяйственных связей; внешнеэкономическая деятельность и трансграничное взаимодействие.

Следует отметить, что специфические функциональные составляющие детализируются и конкретизуются исходя из отраслевой специфики и задач производственно-технологического и рыночно-маркетингового развития разных типов отраслей (ОКВЭД) [10].

Основываясь на ранее проведенных исследованиях, сформулируем следующие функциональные составляющие устойчивого развития предприятий как ПХС, как нормативная, научно-методическая, проектно-конструктивная, технологическая, производственная, управленческо-административная, внутриорганизационная, инфраструктурная [4].

Необходимость восстановления экономического потенциала в современных условиях актуализирует проблему создания условий для устойчивого развития предприятий промышленного комплекса. Основной проблемой управления является разработка институциональных механизмов, которые позволят развиваться промышленным предприятиям в условиях ограниченности ресур-

сов и создадут предпосылки устойчивого развития и роста в условиях «регулируемого» риска и нестабильности макроэкономической ситуации. Нестабильность и постоянные изменения внешней среды отрицательно влияют на конкурентоспособность предприятий и отраслевых комплексов.

Методологическую базу исследования экономического роста на макроуровне создали такие ученые как Й. Шумпетер, Н. Кондратьев, Д. Белл, Э. Денисон, Дж. Кейнс, К. Кларк, Д. Норт, Р. Солоу, Ф. Хайек и другие, которые пришли к выводу, что сбалансированное развитие экономики на макроуровне возможно при соблюдении необходимых темпов роста валового внутреннего продукта (ВВП) [5].

При изучении поведения хозяйствующих систем на микроуровне, концепция равновесия отождествляется с достижением максимума некоторой целевой функции и связана с решением проблем оптимизации бизнес-процессов. В рамках данной концепции равновесие потребителя проявляется в достижении максимума его функции полезности, а равновесие хозяйствующей системы – максимума прибыли или иного показателя, характеризующего результаты ее деятельности. В бизнес-среде существует собственное понимание устойчивого развития, которое сводится в основном к финансовой стабильности, обеспечивающей снижение социальной напряженности, сокращение числа социально-политических конфликтов, рост производственных мощностей, повышение качества обслуживания населения, улучшение инвестиционного климата, стабильную работу государственных властных структур, направленных на обеспечение прав и свобод человека в области безопасности и социально-экономического развития [1].

Основное различие условий динамического равновесия отдельной организации и экономики в целом заключается в том, что динамически-равновесное состояние макросистемы, в отличие от системы на микроуровне достигается за счет объективного механизма взаимодействия и балансирования, внутренних противоположно направленных факторов успеха и не связано с процессом субъективного целеполагания. В этой связи важно охарактеризовать сущность целенаправленной системы, для которой используется концепция функционального инварианта [3]. При этом «функциональный инвариант» можно определить как совокупность параметров, сохраняющих свое значение в процессе функционирования хозяйствующей системы в условиях конкуренции. Показатель «целевая детерминация» характеризует существование некоторого подмножества параметров хозяйствующей системы, связанное с изменением вектора развития предприятия, который определяется набором переменных включающих доход, издержки, объем выпускаемой промышленной продукции, совокупность используемых активов и т.д. Использование функциональных инвариантов позволяет выделить то общее, что объединяет экономические системы на макро- и микроуровне [8].

По нашему мнению, устойчивость развития производственно-хозяйственной системы (ПХС) представляет собой динамическую характеристику – свойство своевременно адаптироваться к экзогенным и эндогенным факторам, удерживать заданные параметры траектории развития в диапазоне устойчиво-

сти, эффективно используя имеющиеся ресурсы, резервы и инструменты управления, что позволяет поступательно повышать конкурентоспособность ПХС, и в стратегической перспективе обеспечивать эквипотенциальный переход к новому состоянию динамической устойчивости.

Системообразующими отраслями российской экономики являются обрабатывающая промышленность, агропромышленный комплекс (АПК), оборонно-промышленный и военно-промышленный комплексы (ОПК, ВПК), финансовый сектор и финансовые услуги, торговля. Динамика производства по видам деятельности (ОКВЭД) представлена в табл. 1.

Таблица 1

Производство по видам деятельности, в млн. руб.

Виды деятельности по ОКВЭД	2010			2014		
	Ресурсы	Использование		Ресурсы	Использование	
	Выпуск в основных ценах	Промежуточное потребление	Валовая добавленная стоимость	Выпуск в основных ценах	Промежуточное потребление	Валовая добавленная стоимость
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	3023199	1571666	1451533	4894476	2470006	2424470
Рыболовство, рыбоводство	188455	91478	96978	258084	133960	124124
Добыча полезных ископаемых	5982248	2139436	3842812	9820290	3514289	6306001
Обрабатывающие производства	21067730	15133073	5934657	33537918	24001682	9536236
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	4536888	3009800	1527088	5861870	3786517	2075353
Строительство	5791323	3203510	2587814	8962072	4997618	3964455
Оптовая и розничная торговля; ремонт	12983307	4962333	8020973	18162033	7586859	10575174
Гостиницы и рестораны	847367	444091	403276	1285456	648695	636762
Транспорт и связь	7286092	3623628	3662464	11183098	5850137	5332961
Финансовая деятельность	2489258	715749	1773509	4590878	1347067	3243811
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	7796276	2894757	4901520	11580678	4120790	7459888
Образование	1683393	457426	1225967	2372297	549310	1822986
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	2381500	894197	1487303	3823513	1294502	2529011
Итого в основных ценах	82054615	42014537	40040078	126186278	65096900	61089377

Источник: данные Росстата.

Специфические функциональные составляющие устойчивого развития отраслей экономики: хозяйственно-правовые и административные (налогообложение, правовые акты, постановления и инструкции, регламентирующие деятельность, государственное регулирование тарифов и цен, протекционизм, промышленная и инновационная политики государства, промышленные кластеры и другие интегрированные формы межотраслевого взаимодействия с государственной поддержкой); рыночно-конъюнктурные (диверсификация деятельности, уровень развития внешнеэкономических связей, изменение тарифов и цен на поставляемые продукцию, услуги в результате инфляции); инвестиционно-финансовые (профильные и региональные банки, страховые, инвестиционные, лизинговые компании, пенсионные фонды, венчурные фонды государственной поддержки, госзаказ, гранты и субсидии, бизнес-инкубаторы, технопарки); экологические (поддержание экологического баланса, снижение антропогенной нагрузки, экологические стандарты и безопасность производства, ресурсосбережение, развитие альтернативной энергетики).

Частные функциональные составляющие устойчивого развития предприятий системообразующих отраслей (корпоративного уровня): форма собственности на средства производства, определяющая характер экономических интересов хозяйствующих субъектов и внутрифирменные экономические отношения; организационная структура управления, обусловливающая мобильность в процессе принятия решений и степень соответствия решений динамике изменений внешней среды; отраслевая принадлежность, характеризующая специализацию компании, основную цель ее деятельности, долю на рынке и конкурентоспособность продукции.

При разработке и корректировке управленческих решений следует иметь в виду, что на разных этапах жизненного цикла экономической системы содержание функциональных составляющих и инструментов управления устойчивым развитием отраслей изменяется.

Список литературы

1. *Антипов Д.В.* Разработка модели оценочных показателей устойчивого развития организации // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2010. №4. С. 186-189.

2. *Беломестнов В.Г.* Управление потенциалом социально-экономического развития региона: Монография. СПб., 2005. 161 с

3. *Казаринов М. Ю.* Детерминизм в сложных системах управления и самоорганизации. Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1990.

4. *Кожевина О.В., Сиротенко М.В.* Стратегирование пространственного развития муниципальных образований. М.: Русайнс, 2015. 154 с.

5. *Коняшова А.В.* Показатели оценки функциональных составляющих экономической устойчивости развития предприятия // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. №8(299). Экономика. Вып. 40. С. 123-128

6. *Мартышина Т.В.* Обеспечение устойчивости развития региона в условиях нестабильности внешней среды: Автореф. дисс. канд. экон. наук. Майкоп, 2014. 37 с.

7. *Массеров Д.А.* К вопросу об индикаторах устойчивого развития территорий // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2013. Вып. 1. С. 147-150.

8. *Пряничников С.Б.* Теоретические основы устойчивого экономического развития промышленных предприятий // Управление экономическими системами. 2012. №3. http://uecs.ru/uecs-39-392012/item/1179-2012-03-28-07-20.

9. *Райан Б.* Стратегический учет для руководителя. М.: ЮНИТИ, 1998. 616 с.

10. Руководство по отчетности в области устойчивого развития G4. Global Reporting Initiative.

11. *Сажин Ю.В., Сарайкин Ю.В., Соколова М.Ю.* Инновационное развитие и научный потенциал региона: модели взаимосвязи // Макроэкономические расчеты. 2013. С. 61-67.

УДК 338.001.36

Федосеев Игорь Васильевич
Разумей Валентина Юрьевна
Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СТРАТЕГИИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СПАДА

Аннотация. В статье дана оценка результативности применения стратегии диверсификации в условиях экономических спадов 1998, 2008 и 2014 годов и возможности ее применения как инструмента, позволяющего снизить неопределенность внешней среды. Рассмотрена способность адаптации строительного предприятия в условиях экономической нестабильности и наращиванию производственного потенциала в современных условиях.

Ключевые слова: критический анализ в условиях экономического спада, строительное предприятие, стратегия, диверсификация.

Fedoseyev Igor, V.
Razumei Valentina, Yu.
St. Petersburg State University of Economics

CRITICAL ANALYSIS DIVERSIFICATION STRATEGY OF CONSTRUCTION COMPANY IN AN ECONOMIC DOWNTURN

Abstract. The paper presents the impact of the application of the diversification strategy to estimate the economic downturn in 1998, 2008 and 2014 and the possibility of its use as a tool to reduce the uncertainty of the external environment. We consider the ability to adapt the building enterprise in the conditions of economic volatility and enhancing the productive capacity in the current conditions.

Keywords: the strategic analysis in the conditions of an economic crisis, an investment and construction complex, strategy.

В современных условиях экономического спада одним из условий развития строительных предприятий становится стратегия диверсификации, которая в настоящее время приобретает все большую актуальность. Диверсификация

© Федосеев И.В., Разумей В.Ю., 2017.

открывает для строительных предприятий широкий спектр возможностей для дальнейшего развития, характеризующийся оптимизацией процессов, минимизацией затрат и рисков, а также повышением уровня конкурентоспособности.

Изучение научной литературы показывает, что имеющиеся определения термина «диверсификации» постоянно усложняются и детализируются. Характерной чертой термина «диверсификация» является вхождение компании или бизнес-единицы в новые сферы деятельности посредством как внутреннего роста, так и приобретений, что влечет за собой изменения в административной структуре и других управленческих процессах. В современных условиях диверсификация рассматривается как одно из условий и одна из наиболее очевидных возможностей успешного развития предприятия.

Экономические спады порождают экономические и социальные угрозы для безопасности строительных предприятий в связи с изменением макроэкономической ситуации и оказывают значительное влияние на процессы диверсификации, так как в условиях нестабильной внешней среды существенно трансформируют требования к выживанию. Любые спады в экономике имеют как общие, так и частные черты, оказывающие влияние на экономическую ситуацию в целом. Цель настоящей статьи выявить общие черты экономических кризисов, оказывающие влияние на стратегию развития предприятий, в частности диверсификацию. Рассмотрим условия внешней среды для деятельности строительных предприятий в периоды экономических кризисов 1998, 2008 и 2014 годов.

Экономический спад 1998 года в России – один из самых тяжелых экономических кризисов в истории страны. Основными причинами дефолта (приостановке платежей по внутреннему долгу) стали огромный государственный долг, порожденный обвалом азиатских экономик, низкие мировые цены на сырье, составляющие основу экспорта страны. Произошло масштабное сжатие всех основных элементов реальных доходов, что привело к падению покупательской способности и обусловило резкое сокращение потребления. Скачок цен и валютного курса доллара привели к резкому инфляционному обесцениванию рублевых активов.

Экономический спад 2008-2009 стал следствием глобального мирового финансово-экономического кризиса, неизбежно затронувшего интересы России. Замедление темпов роста ВВП в 2008 году, падение цен в течение пяти месяцев составило 70%. Вследствие договоренностей стран ОПЕК о сокращении объемы добычи, ситуация стала выравниваться, а показатели уверенно пошли вверх. Российский рубль обесценился в полтора раза, ставка рефинансирования за анализируемый период осталась в пределах 10-12 % годовых. В течение 2008 года произошло снижение ипотечного кредитования с 37 миллиардов до 7 миллиардов рублей. Прекратился рост средней стоимости квадратного метра жилья, что привело к снижению его стоимости на 10-15% в рублях и на 20-30% в долларах США.

На экономический спад, начавшийся в 2014 году, оказали влияние такие факторы, как обостренная геополитическая обстановка, введение антироссийских и ответных санкций, растущая сырьевая зависимость экономики. В 2014

году падение цен на нефть было более медленным, чем в предыдущие экономические кризисы, ее снижение составило 46,2% вследствие того, что страны-экспортеры отказались сокращать квоты. Показатель темпов роста ВВП составил всего 0,6%, падение национальной валюты составило 80%, ставка рефинансирования была увеличена до 17% годовых.

В отличие от 2008 года падение курса рубля в 2014 году спровоцировало увеличение покупательской активности в различных сегментах. Доля инвестиционных сделок на рынке недвижимости в течение года увеличилась с 10-15% до 20-30%.

По оценкам аналитиков, за 2014 год в Петербурге было выдано кредитов на общую сумму около 100 миллиардов рублей (причем большая часть заемных средств пошла на покупку строящегося жилья, где ипотечное кредитование составило около 50%), что стало абсолютным рекордом за всю историю российского ипотечного кредитования.

На основании проведенного исследования хотелось бы отметить общие черты у всех рассматриваемых экономических спадов 1998, 2008 и 2014 годов– это снижение мировых цен на нефть, значительное ослабление курса рубля к другим валютам, значительное снижение валового внутреннего продукта страны и золотовалютных резервов страны, сокращение объема инвестиций, спад производства, существенный рост цен на сырье и материалы. В результате экономического спада происходит значительное банкротство предприятий различных отраслей, однако, хотелось бы отметить, что одним из «локомотивов» данного процесса в первую очередь являются строительные предприятия, так как они напрямую зависят от гарантированных и доступных источников финансирования. Вследствие этого происходит сокращение в 2-3 раза жизненного цикла строительного предприятия независимо от его объемов.

Не смотря на нестабильную экономическую ситуацию ,определенные строительные компании не только успешно вели свою деятельность, но и развивались. Примером такой производственно-хозяйственной деятельности может служить холдинг «Группа компаний ЛСР» выбравшая за основу своего развития стратегию диверсификации.

Группа компаний ЛСР работает с 1993 года. Лидерство этой холдинговой группы определяется ее ведущим местом в ТОП-10 компаний застройщиков Северо-Западного региона. На данный момент кроме строительства компания реализует услуги в области девелопмента, производства строительных материалов. В сфере девелопмента ЛСР имеет реализуемые проекты ведущих мировых архитекторов, работающих для разных групп потребителей – от бюджетных массовых серий до элитного штучного жилья с высокой стоимостью квадратного метра. Кроме того, наличие собственной производственной базы позволяет холдингу продавать на рынке основные строительные материалы, выигрывая в конкурентной борьбе. ЛСР производит бетон, железобетон, газобетон, кирпич, добывает и реализует песок и щебень.

Базируется холдинг на нескольких региональных площадках, крупнейшие из которых – это Ленинградская и Московская области и города Москва и Санкт-Петербург, в Сибири площадкой стали Екатеринбург и Свердловская область.

Компания известна в мире и имеет устойчивый высокий размер стоимости бизнеса за счет устойчивых котировок акций холдинга на фондовом рынке.

В период 1998-2001 годов предприятием приобретается производство кирпича со стратегически важными месторождениями глины ОАО «Ленстройкерамика», а также предприятие ОАО «Рудас» по добыче карьерного и морского песка. С приобретением ЗАО НПО «Керамика» организация становится крупнейшим производителем кирпича в Санкт-Петербурге и Ленинградской области. В 2000 году в состав группы компаний входит ОАО «Гранит-Кузнечное», что делает предприятие крупнейшим производителем гранитного щебня в Северо-Западном регионе, удобное географическое положение которого дает возможность отгрузки продукции водным транспортом. В 2001 году строительный холдинг приобретает ЗАО «Гатчинский ДСК» – крупнейшее предприятие крупнопанельного домостроения в регионе. В данный период руководством предприятия формулируются общие направления стратегического развития, определяются ключевые сегменты строительной индустрии, принимается программа поэтапной модернизации промышленных предприятий. Также разрабатывается новая политика управления предприятием, которая включает создание единой управленческой структуры и укрупнение бизнес-единиц в составе группы компаний. Принимается решение о выходе строительного холдинга на рынок девелопмента в Москве.

В период 2008-2011 годов группа компаний приобретает пять предприятий в Екатеринбурге: крупнейшую подрядную строительную организацию ООО «СМУ НОВА-Строй», проектную организацию ООО «ПКУ Нова-СтройПроект», производство щебня ООО «Уралщебень», производство железобетонных изделий «Бетфор», а также девелопера на рынке недвижимости ЗАО «Нова-Строй». В 2008 году «Группа ЛСР» полностью погашает первый облигационный заем, разместивший в марте 2005 года объемом 1 млрд.руб. В 2010-2011 году строительный холдинг производит технологический запуск нового цементного завода в Ленинградской области, инвестиции в проект которого составили 445 млн.евро. Также предприятие успешно проводит SPO, в результате проведения которого уставной капитал составил 25 757 553, 75 рублей. В Московском регионе приобретается завод по производству лицевого кирпича ОАО «Павловская керамика», а также заключается предварительный договор на приобретение предприятия ООО «Казинское карьероуправление» с лицензиями на право пользования недрами известняка и глины месторождения «Виленское», расположенного в Рязанской области. В Ленинградской области приобретается предприятие ООО «436 КНИ» по производству щебня с запасом месторождений гнейсо-гранитов около 84 млн. куб. м.

В период 2014-2016 годов строительный холдинг входит в перечень системообразующих организаций России в категории «жилищное строительство» и возглавляет национальный рейтинг «ТОП-10 крупнейших застройщиков России». В рассматриваемый период предприятие открывает новые офисы продаж в Мурманске и Праге, осуществляет первую поставку тротуарного клинкера собственного производства в Германию.

На основании проведенного анализа отметим существенную роль стратегии диверсификации в развитии предприятия в моменты экономических спадов. Предприятие не только ведет свою деятельность, но и продолжает свое развитие путем реинвестирования прибыли в увеличение производственных мощностей, получения кредитных линий для максимальной поддержки развития, расширения новых сегментов. С помощью вертикальной диверсификации строительное предприятие создает необходимые для производственного процесса товары и услуги внутри самого предприятия вместо того чтобы покупать их у других производителей. Предприятие повышает свою рентабельность вследствие контроля стратегически важных звеньев в цепи производства и сбыта продукции.

В результате исследования нами выдвигается гипотеза о том, что стратегия диверсификации позволяет нивелировать предпринимательские риски в условиях неопределенности внешней среды, снижения объемов производства вследствие падения платежеспособного спроса, сокращения объема инвестиций и дефицита финансовых ресурсов, но не способна противостоять в полной мере кризису государственных финансов, сокращению заимствований, снижению потребительского спроса вследствие инфляционного сжатия реальных доходов.

Список литературы

1. *Бузырев В.В., Федосеев И.В.* Менеджмент в строительстве. М.: КноРус, 2016. 316 с.

2. *Новицкий Е.Г.* Проблемы стратегического управления диверсифицированными корпорациями. М.: БУКВИЦА, 2001. 163 с.

3. Экономика строительства. 3-е изд. / Под ред. *В.В. Бузырева*. СПб.: Питер, 2009. 416 с.

4. *Бетилгириев М.А., Дацаева Р.Ш., Идигова Л.М.* Диверсификация как один из способов организации устойчивого функционирования предприятий. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/diversifikatsiya-kak-odin-iz-sposobov-organizatsii-ustoychivogo-funktsionirovaniya-predpriyatiy-chechenskoy-respubliki.

5. *Макаров А.В., Гарифуллин А.Р.* Диверсификация как инструмент развития современного предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/diversifikatsiya-kak-instrument-razvitiya-sovremennogo-predpriyatiya (дата обращения 10.02.2015).