



ISBN 978-619-7142-06-8

Международна научна школа "Парадигма".

**Лято-2015**

сборник научни статии в 8 тома

том 3

**Теоретична и приложна  
ИКОНОМИКА**

Република България  
Варна

2015



Център за научни изследвания и информация «Парадигма»

**Международна научна школа "Парадигма". Лято-2015**

сборник научни статии в 8 тома

**Том 3. Теоретична и приложна икономика**

**ВАРНА  
2015**

УДК 082.2 (063)  
ББК 60  
М 43

М 43 Международна научна школа "Парадигма". Лято-2015. В 8 т. Т.3: Теоретична и приложна икономика: сборник научни статии / под ред. Р.Т. Янева. – Варна: ЦНИИ «Парадигма», 2015. – 342 с.

Сборник съдържа материали летней (2015) сесии Международной научной школы "Парадигма" (Варна, България).  
В настоящем томе представлены работы по экономическим наукам и процессам.  
Все статьи подобраны и рекомендованы после коллегиального экспертного рассмотрения. Статьи публикуются в авторской редакции.

The collection contains materials summer (2015) session of the International scientific school "Paradigm" (Varna, Bulgaria).  
This volume contains materials materials on economic Sciences.  
All articles are selected and recommended after peer review. Articles are published in author's edition.

**ISBN 978-619-7142-06-8**

© Р.Т. Янева, редактор-съставител, 2015  
© автори, 2015

Издавател:  
"ЦЕНТЪР ЗА НАУЧНИ ИЗСЛЕДВАНИЯ И  
ИНФОРМАЦИЯ "ПАРАДИГМА"" ЕООД  
БЪЛГАРИЯ, област Варна, община Варна,  
гр. Варна 9002, район р-н Одесос, ул. Опълченска No 27  
E-mail: [cparadigma@abv.bg](mailto:cparadigma@abv.bg) Факс: +35952919740

## Международна научна школа "Парадигма". Лято-2015.

### ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ



### ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

#### Сопредседатели:

**Попов Теодор**, доктор, профессор, руководитель кафедры «Медицинское образование», Факультет общественного здравоохранения, Медицинский университет – София, Член – корреспондент ИНГА (София, Республика Болгария)

**Фурсов Андрей Львович**, кандидат экономических наук, зам.зав.кафедрой правовой информатики и социально-гуманитарных дисциплин Поволжского (г. Саратов) юридического института (филиала) Всероссийского государственного университета юстиции, директор научно-исследовательского института «Парадигма» (Россия).

**Янакиева Елка Кирилова**, доктор педагогических наук, профессор, почётный доктор наук НОУ ВСОА, действительный член МАН, Югозападный университет им. Неофита Рильского (г. Благоевград, Республика Болгария).

#### Члены оргкомитета:

1. **Абакаров Дмитрий Казбекович**, кандидат социологических наук, зам.зав.кафедрой менеджмента, государственного и муниципального управления Брянского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Россия).

2. **Анжиганова Лариса Викторовна**, доктор философских наук, профессор, профессор кафедры философии и культурологии ХГУ им. Н.Ф. Катанова, Министерство национальной и территориальной политики Республики Хакасия, заместитель министра (Россия).

3. **Антамошкин Александр Николаевич**, доктор технических наук, профессор, профессор Сибирского государственного аэрокосмического университета им. акад. М.Ф. Решетнева (Россия).

4. **Ахметова Людмила Владимировна**, доцент, кандидат психологических наук, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Томский государственный педагогический университет» (Россия).

5. **Балканска Полина Ангелова**, профессор, доктор медицины, Медицински университет — (София, Республика Болгария).

6. **Баратов Шариф Рамазанович**, доктор психологических наук, профессор Бухарского государственного университета, академик МАПН (Бухара, Республика Узбекистан).

7. **Бафаев Мухиддин Мухамматович**, преподаватель, и.о. заведующего кафедрой психологии Бухарского государственного университета (Бухара, Республика Узбекистан).

8. **Белобрыкина Ольга Альфонсасовна**, кандидат психологических наук, доцент, профессор кафедры общей психологии и истории психологии ФГБОУ ВПО «Новосибирский государственный педагогический университет», академик Академии полярной медицины и экстремальной экологии человека (Россия).

9. **Берлов Антон Владимирович**, доктор медицинских наук, доктор психологических наук, профессор, профессор кафедры стоматологии Московского института усовершенствования врачей, Заслуженный деятель науки и образования РФ, академик РАЕ (Россия).

10. **Блюмин Семен Львович**, доктор физико-математических наук, профессор, профессор кафедры прикладной математики Липецкого государственного технического университета (Россия).

11. **Бобкова Елена Юрьевна**, кандидат педагогических наук, доцент (Россия).

12. **Борисов Сергей Александрович**, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика, управление и финансы», Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е.Алексеева (Россия).

13. **Вержибок Галина Владиславовна**, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии Минского государственного лингвистического университета (Минск, Республика Беларусь).

14. **Владиминова Ирина Львовна**, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет им. Г.В.Плеханова (Россия).

15. **Горанова-Спасова Радка Николаева**, доктор медицины, ассистент кафедры «Медицинской этики и права», Факультет общественного здравоохранения, Медицинский университет-София (София, Болгария).

16. **Долгов Вадим Викторович**, доктор исторических наук, профессор кафедры истории России Удмуртского государственного университета (Россия).

17. **Заславская Ольга Юрьевна**, доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры информатизации образования Института математики, информатики и естественных наук ГБОУ ВО МГПУ, начальник управления программ развития и аналитической деятельности ГБОУ ВО МГПУ (Россия).

18. **Заславский Алексей Андреевич**, кандидат педагогических наук, Муниципальное бюджетное учреждение «ИТ-Центр системы образования городского округа Химки» (г.Москва) начальник отдела комплексного технического сопровождения (Россия).

19. **Капрусова Марина Николаевна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры филологических дисциплин и методики их преподавания Борисоглебского филиала ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет» (Россия).

20. **К"Озяк Анастасия Александровна**, d.o.o. Eurowest, психолог-консультант (Ljubljana, Slovenija).

21. **Костригин Артем Андреевич**, ассистент кафедры психологии управления, Нижегородский государственный университет им. Н.И.Лобачевского (Россия).

22. **Кравец Олег Яковлевич**, доктор технических наук, профессор, профессор кафедры АВС Воронежского государственного технического университета (Россия).

23. **Мазилев Владимир Александрович**, доктор психологических наук, профессор, академик МАПН, заведующий кафедрой общей и социальной психологии, Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского (Россия).

24. **Морогин Владимир Григорьевич**, доктор психологических наук, профессор, академик МАПН, профессор кафедры психологии Медико-психолого-социального института ФГБОУ ВПО «ХГУ им. Н.Ф. Катанова» (Россия).

25. **Найханова Лариса Владимировна**, доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой «Системы информатики» ФГБОУ ВПО Восточно-Сибирского государственного университета технологии и управления (Россия).

26. **Перова Маргарита Борисовна**, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономической теории, учета и анализа Вологодского государственного университета (Россия).

27. **Петков Петко**, магистр, докторант кафедры медицинского образования Факультета общественного здравоохранения Медицинского университета (София, Болгария).

28. **Петьков Виталий Анатольевич**, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента организаций, «Межрегиональная академия управления персоналом», Херсонский институт, (г. Херсон, Украина).

29. **Подколзин Михаил Михайлович**, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент (Россия).

30. **Поляков Юрий Анатольевич**, кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры инжиниринга технологического оборудования, Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» (Россия).

31. **Провоторов Вячеслав Васильевич**, доктор физико-математических наук, доцент, профессор кафедры уравнений в частных производных Воронежского государственного университета (Россия).

32. **Родина Наталья Владимировна**, доктор психологических наук, профессор кафедры социальной и прикладной психологии ОНУ (Одесский национальный университет) имени И.И. Мечникова (Одесса, Украина).

33. **Саенко Людмила Владимировна**, кандидат юридических наук, доцент ФГБОУ ВПО «Всероссийский государственный университет юстиции» (Россия).

34. **Седова Нелли Алексеевна**, кандидат технических наук, доцент, Морской государственный университет им. адм. Г.И. Невельского (Россия).

35. **Сибирская Елена Викторовна**, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры статистики РЭУ им. Г.В. Плеханова (Россия).

36. **Слюсаренко Нина Витальевна**, доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры педагогики, психологии и образовательного менеджмента Херсонского государственного университета (Херсон, Украина).

37. **Соловьева Анна Геннадьевна**, кандидат биологических наук, профессор РАЕ, с.н.с. ФГБУ «Приволжский Федеральный медицинский исследовательский центр» Минздрава России (Россия).

38. **Стоюхина Наталья Юрьевна**, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии управления, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского (Россия).

39. **Товуу Наталия Оюновна**, доктор психологических наук, профессор, заведующая кафедрой психологии и акмеологии образования Тувинского государственного университета (Россия).

40. **Трендафилова Антония Трандева**, ассистент Факультета общественного здоровья, Медицинский университет-София (София, республика Болгария).

41. **Тулаганов Абдукабил Абдунабиевич**, доктор технических наук, профессор, ректор Бухарского государственного университета (Бухара, Узбекистан).

42. **Тушавин Владимир Александрович**, кандидат технических наук, доцент кафедры инноватики и интегрированных систем качества Санкт-Петербургского государственного университета аэрокосмического приборостроения (Россия).

43. **Харченко Вера Сергеевна**, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и политологии ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет» (Россия).

44. **Хусяинов Тимур Маратович**, председатель СНО Факультета социальных наук ФГАОУ ВО «Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» (Россия).

45. **Чупров Леонид Федорович**, кандидат психологических наук, профессор РАЕ, Full Member of EuАНН, главный редактор научного журнала «Вестник по педагогике и психологии Южной Сибири» (Россия).

46. **Шурыгина Юлия Юрьевна**, доктор медицинских наук, профессор, заведующая кафедрой «Социальные технологии», Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления (Россия).

47. **Якимец Светлана Викторовна**, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры педагогики Орского гуманитарно-технологического института (филиал) Оренбургского государственного университета (Россия).

48. **Янева Румяна Тодорова**, доктор, доцент, доцент кафедры экономики здравоохранения, Факультета общественного здравоохранения. Медицинский университет (София, Болгария).

## Редакционна коллегия тома

**Янева Румяна Тодорова**, доктор, доцент, доцент кафедры экономики здравоохранения Факультета общественного здравоохранения, Медицинский университет (София, Болгария) – редактор-составитель

**Антамошкин Александр Николаевич**, доктор технических наук, профессор, профессор Сибирского государственного аэрокосмического университета им. акад. М.Ф. Решетнева (Красноярск, Россия)

**Блюмин Семен Львович**, доктор физико-математических наук, профессор, профессор кафедры прикладной математики Липецкого государственного технического университета (Россия)

**Борисов Сергей Александрович**, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика, управление и финансы», Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е.Алексеева (Россия)

**Владимирова Ирина Львовна**, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет им.Г.В.Плеханова (Москва, Россия)

**Кравец Олег Яковлевич**, доктор технических наук, профессор, профессор кафедры АВС Воронежского государственного технического университета (Россия)

**Перова Маргарита Борисовна**, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономической теории, учета и анализа Вологодского государственного университета (Россия)

**Сибирская Елена Викторовна**, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры статистики РЭУ им. Г.В. Плеханова (Москва, Россия)



## Предисловие

Лето – пора отпусков. В особенности это относится к научно-педагогическим работникам. Обычно в отпуске люди отдыхают, восстанавливаются, сбрасывают груз накопившихся проблем, чтобы с новыми силами начать новый учебный год.

Но научно-педагогические работники – особенная категория. Даже летом, даже в отпуске они смогли собраться и украсить результатами своих исследований труды мероприятия «Международна научна школа "Парадигма". Лято-2015» (Варна, Болгария).

В настоящем томе представлены работы по тематикам, близким к экономическим системам и процессам. Это – современная и актуальная отрасль современной науки, охватывающая фундаментальные и прикладные направления исследований в указанной области.

Состав участников, международная география редакционной коллегии и представленных работ обусловили высокий научно-практический уровень опубликованных материалов.

Четкая работа Оргкомитета мероприятия и его рабочей группы позволили в сжатые сроки успешно провести Летнюю школу. Международная заинтересованность очевидна – ведь между Оргкомитетом школы «Парадигма» и Science Book Publishing House (Yelm, WA, USA) достигнута договоренность об издании избранных трудов в печатной форме.

Успех проведенного мероприятия позволяет с уверенностью говорить о том, что и в будущем мы увидим результаты его плодотворной работы.

**Редактор-составитель**  
**Янева Румяна Тодорова,**  
доктор, доц., доцент Кафедры экономики здравоохранения Факультета  
общественного здравоохранения, Медицинский университет (София,  
Болгария)

UDC 338.534

M.B. Perova

Vologda State University, Vologda, Russia

## MUTUALLY BENEFICIAL ELECTRICITY TARIFFS DIFFERENTIATED BY TERMS OF PAYMENT

**Abstract.** The article presents another way to differentiate electricity tariffs. By changing the payment scheme, it is possible to provide different amounts of tariff discounts (markups), thereby forming tariffs differentiated by terms of payment.

**Keywords:** electricity tariffs, terms of payment, discounts and markups.

Electricity tariffs form an integral part of the general system of prices and are based on the same principles as product prices in other sectors of the national economy. Expenses included in the electricity tariff are determined separately at each stage of the energy flow. The majority of energy companies differentiate tariffs by various criteria. However, it is possible to suggest one more criterion of tariff differentiation considering the deviation of the actual period of payment for consumed electric power from standards established by the rules of the operation of retail electricity markets during the transition period of electricity industry restructuring [1, 2].

In accordance with the pricing fundamentals in the electric and heat power industry in the Russian Federation [3], sales markup, which is a constituent of the electricity tariff, comprises debt service charges defraying the accounts receivable, in addition to costs necessary for proper operation of the retail electricity company providing electricity distribution services. The retail electricity company draws credits to cover the gap between the terms of the purchase of electric power and the period of payment for consumed electricity by customers and pays interest on a bank loan. Moreover, the costs of securing receivables make up a significant part of the sales markup (10–15%). The reduction of accounts receivable leads to a decrease in debt service charges, which in turn, makes it possible to reduce electricity tariff for consumers. The level of the reduction of debt service charges varies for each individual consumer depending on its economic opportunities and payment scheme.

By changing the payment scheme, it is possible to provide different amounts of tariff discounts (markups), thereby forming tariffs differentiated by terms of payment. The formation of differentiated tariffs is based on the establishment of fair partnership between the sellers and the consumers of electric power.

The optimality criterion in the model of the formation of mutually beneficial electricity tariffs differentiated by terms of payment can be represented as follows:

$$\begin{cases} \mathcal{E}_{\Pi} = f_{\Pi}(\Delta b_{w,i}, t_{\vartheta n,i}, n_{\delta}, W_{m,i}) \rightarrow \max \\ \mathcal{E}_{CK} = f_{CK}(n_{\kappa}, k_{cm,i}, Z_{D,i}) \rightarrow \max \end{cases} \quad (1)$$

The first objective function characterizes the consumer's intent to achieve the greatest possible effect of using the tariff differentiated by terms of payment and determined by the system of discounts and markups ( $\Delta b_{w,i}$ ), the required volume of electricity consumption ( $W_{m,i}$ ), the terms of payment for consumed electric power ( $t_{\vartheta n,i}$ ), as well as the consumer's lost profit affected by the bank deposit rate ( $n_{\delta}$ ).

The second objective function reflects the objective of the retail company to get the maximum possible saving from using the system of tariffs differentiated by terms of payment. The saving is determined by the prevailing rate on short-term loans ( $n_{\kappa}$ ), the coefficient of consumer promotion ( $k_{cm,i}$ ) and the amount of accounts receivable ( $Z_{D,i}$ ) which in turn is directly affected by the electricity payment scheme used by the consumer.

This task is implemented through simulating economic co-operation between the retail electricity company and the consumer of electric power in order to obtain a compromise solution satisfying both parties.

The contradiction between the retail company and the consumers is that in case of a payment delay by the consumers, the retail company's costs of maintaining receivables increase. The growth in accounts receivable increases the size of the sales markup; this in turn violates the interests of other consumers who make payments within the time specified. Therefore, the payment delay results in some sort of cross-subsidy, i.e. all consumers pay damages due to the payment delay by individual customers. In contrast, payments made at an earlier date allow the amount of receivables to be reduced. It is only possible if overdue accounts receivable are included in the sales markup. Otherwise, the retail company incurs all the losses.

In accordance with the amendments introduced by Directive No. 816 [2] for legal entities, the first payment is made on the 10th day of the current month (30% of the cost of contractual consumption), that is in fact corresponding to 9-day period of electricity consumption. The second payment (40%) is made on the 25th day of the month for the electric power used within 21-day period since the start of the month. The last payment for the rest amount of the consumed electricity is made before the 18th day of the following month (not later than the 48th day from the beginning of the current month). In this case, accounts receivable increase until the end of the month, and then remain unchanged up to the day of final payment. The amount of accounts receivable according to the given payment scheme is the same as under the scheme of single payment made on the day number  $t_s = 27.4$  days.

The amount of discounts (markups) for consumers on the basing rate should be determined by the fact how the actions of the consumers affect the size of the loan portfolio that secures the receivables.

The receivables of the  $i$  consumer can be defined as follows:

$$Z_{D,i} = (1 + k_{c,i}) d_{Di} b_{w,i} W_{M,i}, \quad (2)$$

where  $k_{c,i}$  is the coefficient representing an electricity payment scheme used by the  $i$  consumer per unit value. For the reference tariff and standard payment scheme  $k_{c,i} = 0$ .

$d_{D,i} = \frac{t_{\vartheta} - 15}{30}$  is the share of receivables in a monthly payment defined by regulatory requirements [2] for the  $i$  consumer per unit value;

$b_{w,i}$  is a basing electricity rate for the  $i$  consumer, rub/kWh. The basing rate is taken as equal to the average consumer price per 1 kWh of electric power;

$W_{M,i}$  is the average monthly consumption of electricity by the  $i$  consumer, kWh.

The coefficient reflecting the scheme of electricity payment by each of consumers depends on the number of payments during the month and in the general case takes the form:

$$k_{c,i} = \frac{\sum t_{n\gamma i} p_{\gamma i} - t_{e i}}{t_{\vartheta i} - 15}, \quad (3)$$

where  $t_{n\gamma i}$  is the moment of the number  $\gamma$  payment for the  $i$  consumer, days of the month;

$p_{\gamma i}$  – the share of  $\gamma$  payment in the amount of a monthly payment made by the  $i$  consumer, per unit value ( $\sum_{\gamma} p_{\gamma} = 1$ );

$t_{\vartheta i}$  is the equivalent term of a single payment by the  $i$  consumer, in accordance with the standards [1, 2], days. It depends on the tariff group of the consumer.

The change of the consumer's payment scheme causes a change in receivables, therefore in the amount of security. Tariff revenues of the retail company will change for the amount equal to:

$$\Delta V_{\kappa} = n_{\kappa} \sum_i k_{c,i} d_{Di} b_{w,i} W_{M,i} \quad (4)$$

where  $n_{\kappa}$  is the effective annual rate on short-term loans for the retail company, per unit value.

The change in gross revenues of the retail company results from the application of a new payment scheme. These savings should be distributed between the

consumer and the retail company. The coefficient of consumer promotion is the instrument for distributing the cumulative effect of applying tariffs differentiated by terms of payment. The coefficient of consumer promotion is used to motivate the consumer to switch from the standard electricity payment scheme to the prepaid scheme, since the coefficient depends on the time of prepayment, takes values in the interval from zero to one, and in the case of payment delay is equal to 1. For example, the value of the given coefficient  $k_{cm,i} = 0,5$  signifies that the savings derived from using the prepaid scheme are distributed in equal shares between the consumer and the retail company; however, the net economic saving will be different considering tax payments of the retail company and consumer's lost profit.

The discount off the basing rate when changing the payment scheme is defined as:

$$\Delta b_{w,i} = \frac{1}{12} k_{cm,i} n_{\kappa} k_{c,i} d_{Di} b_{w,i} \quad (5)$$

A negative value  $\Delta b'_{w,i}$  denotes a discount off the tariff, while positive value implies a markup.

As a result, the differentiated electricity tariff for the  $i$  consumer considering a discount (markup) will be equal to:

$$b_{d,i} = \left( 1 + \frac{1}{12} k_{cm,i} n_{\kappa} k_{c,i} d_{Di} \right) b_{w,i} \quad (6)$$

Such discount will be economically feasible for a consumer only if it has on a one-off basis available cash or the possibility of raising funds on the loan interest rate less than  $n_{\kappa}$ . However in case of prepayment, consumers will lose profit due to the underinvestment of funds; for example, a bank deposit with an interest rate  $n_{\delta}$  can be considered as an alternative. Therefore, customers should be given the right to select the method of payment for consumed electricity, i.e. to select an optimal payment scheme. All the consumers who pay for electricity in terms established by the standard of receivables, will pay on the basing rate  $b_{w,i}$ .

As a result, the model (1) takes the form:

$$\begin{cases} E_{\Pi} = \frac{1}{360} (30 k_{cm,i} n_{\kappa} k_{c,i} d_{Di} b_{w,i} W_{M,i} - n_{\delta} (t_{\vartheta} - t_{n\vartheta,i}) b_{d,i} W_{M,i}) \rightarrow \max \\ E_{CK} = \frac{1}{12} (1 - n_{np}) (1 - k_{cm,i}) n_{\kappa} k_{c,i} d_{Di} b_{w,i} W_{M,i} \rightarrow \max \\ E_{\Pi} \geq 0 \\ E_{CK} \geq 0 \\ E_{\Pi} = E_{CK} \\ k_{cm,i} \in [0.2; 0.8] \end{cases} \quad (7)$$

where  $n_{np}$  – income tax rate, per unit value.

The solution to the given problem (7) allows for creating a system of discounts (markups) on the tariff ( $\Delta b_{w,i}$ ), depending on the payment scheme and the coefficient of consumer promotion.

For example, for a machine-building enterprise that makes monthly installments of 12 million rubles for consumed electricity, under the scheme providing three equal-sized payments on the 5th, 15th and 25th day of the month the total annual value from the use of differentiated tariffs will make up about 450 thousand rubles. As a result of the condition of equality of net values for the consumer and the retail company, the coefficient of consumer promotion must be equal to 55.7% (at 2% deposit rate for legal entities), while the annualized net value for each contracting party will amount to 150 thousand rubles. The difference between the total value and the net values of contracting parties can be attributed to tax payments and the record of the consumer's lost profit resulting from prepayment for electricity.

The introduction of mutually beneficial electricity tariffs differentiated by terms of payment will ensure consumer loyalty, for if being adopted, they will provide a benefit to consumers in the first place. However, the implementation of this mechanism requires changes in the regulations governing the formation of the sales markup of the guaranteeing electricity supplier.

### Reference

1. On Approving the Rules for the Operation of Retail Electricity Markets during the Transition Period of Electricity Industry Restructuring. RF Government Directive of August 31, 2006 No. 530 (amended as per the RF Government Directives of 16.07.2007, of 29.12.2007). ConsultantPlus. Prof Version.
2. Amendments to the RF Government Acts with regard to Improving the Procedure for Settlements in respect of Electric Power (Capacity), Heat Power and Natural Gas. Approved by the RF Government Directive of October 17, 2009 No 816.
3. On Pricing Fundamentals in the Electric and Heat Power Industry in the Russian Federation. RF Government Directive of February 26, 2004 No. 109 (amended as per the RF Government Directives of 31.12.2004, of 17.10.2005, of 11.11.2005, of 07.12.2005, of 29.05.2006, of 31.08.2006, of 29.12.2006, of 21.03.2007, of 07.04.2007). ConsultantPlus. Prof Version.

**УДК 332.1:[656.6+639]****Л.В. Алексахина**

ФГБОУ ВО Керченский государственный морской технологический университет, Керчь, Россия.

**МОРЕХОЗЯЙСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ  
ПРИМОРСКОГО РЕГИОНА**

**Аннотация.** В статье рассматриваются роль и место морского хозяйства в развитии приморского региона и выделяются основные структурные компоненты морехозяйственного комплекса, наиболее актуальные для развития такого приморского региона как Республика Крым на современном этапе.

**Ключевые слова:** Морехозяйственный комплекс, морская деятельность, приморский регион, региональные детерминанты, развитие.

Специфичность геополитических характеристик России как морской державы предопределили особенности формирования и функционирования морехозяйственного комплекса государства, структура которого завязана на природно-ресурсную базу конкретных территорий, в рамках которых сложились свои особенности морепользования и своя специфика осуществления морской деятельности. Совокупность уникальных региональных детерминант обуславливают традиционность специализации регионов России на осуществлении определенных видов морехозяйственной деятельности.

Учитывая специфику морской деятельности, обозначенной в Морской доктрине Российской Федерации [1] как деятельность в области изучения, освоения и использования Мирового океана в интересах безопасности, устойчивого экономического и социального развития государства, следует констатировать объективно обусловленное разнообразие взаимосвязанных ее видов. Пространственная и динамическая сбалансированность разных видов морской деятельности в конкретном регионе необходима для обеспечения целесообразного геополитического и эколого-экономического вектора развития, для чего целесообразно использование инструментария системных исследований и проектно-ориентированный подход.

В данной связи, рассматривая понятие «морское хозяйство» или «морехозяйственный комплекс», необходимо понимание его функционально-компонентной структуры, места и назначения отдельных ее элементов [2]. Рассматривать сущность, функциональное назначение и

функционально-компонентную структуру морехозяйственного комплекса необходимо концептуально на государственном уровне и в региональном аспекте, позволяющем учитывая региональные особенности организации морехозяйственной деятельности и характер использования водных объектов региона.

Весьма значимыми для приморских регионов элементами структуры морехозяйственного комплекса, полагаем развитие морского транспорта, марикультурального сектора и их инфраструктурного обеспечения.

Так, значимость функционирования и развития морехозяйственного комплекса для Крымского региона определяется значительной протяженностью береговой линии, наличием резервов по использованию пространственных ресурсов и инфраструктуры, а также современными объективно обусловленными потребностями в интеграции Крыма в российское экономическое пространство.

В связи с этим в Азово-Черноморском бассейне требуется обновление торговых морских судов и судов смешанного плавания, значительная модернизация и развитие прибрежно-портовой инфраструктуры, дабы обеспечить как эффективную транспортно-логистическую систему (возможность внутричерноморских паромных перевозок, развитие пассажирских перевозок из портов Краснодарского края в страны Средиземноморья и т.д.), так и защиту суверенитета Российской Федерации и ее прав на Черном и Азовском морях [1].

Создание условий для развития морского хозяйства объективно требует привлечения возможностей региона с учетом региональных детерминант, что повлечет за собой повышение уровня деловой активности в регионе и рост его морского потенциала.

Кроме того, развитие морского хозяйства в Крыму будет способствовать укреплению продовольственной безопасности региона, как в части поставок продовольствия благодаря совершенствованию логистики, но и в части самообеспечения региона продукцией водного происхождения. Так, в ретроспективе в Крыму рыболовство как традиционный вид занятости населения данного приморского региона и товарное выращивание водных биоресурсов обеспечивали потребление рыбы и морепродуктов на уровне физиологически обоснованных норм потребления. Однако, в современных условиях приходится констатировать, что региональная морепродукция как источник белка водного происхождения не позволяет сформировать фонд потребления рыбы и морепродуктов необходимом объеме в силу совокупности эколого-экономических причин (оскудение запасов гидробионтов в Азово-Черноморском бассейне и импортозависимость рыбного рынка), что требует внимания к проблемам развития товарного выращивания рыбы и морепродуктов в Крыму [2]. Это является значительным источником занятости населения региона, улучшения



социально-экономических показателей в Крыму и в перспективе возможностью выйти за рамки рыбного рынка региона, обеспечивая тем самым устойчивые тенденции развития приморского региона в целом.

Основываясь на результатах исследования теоретических подходов к определению сущности морехозяйственного комплекса и учитывая системный характер его функционирования, считаем целесообразным использовать системный подход, позволяющий на основе выявленных содержательных характеристик структурировать морехозяйственный комплекс приморского региона и системно подойти к выявлению резервов его развития.

Исходя из того, что с позиций системного подхода под структурой понимается совокупность элементов и связей между ними, определяемых принципом осуществления требуемой полезной функции системы [3], следует отметить, что выделение элементов морехозяйственного комплекса невозможно вне рассмотрения общей конечной цели его функционирования. На этой основе происходит формирование ряда подотраслей и производств различного функционального назначения в рамках комплекса приморского региона и логичное построение алгоритма совместного функционирования элементов в пространстве и времени.

Учитывая цели и функциональное назначение морехозяйственного комплекса региона, под его функционально-компонентной структурой будем понимать совокупность технологически взаимосвязанных элементов хозяйствования региона, объединенных достижением общей цели – максимизацией полезного результата морепользования для обеспечения потребностей населения региона при сохранении целостности экосистемы водных объектов региона.

Итак, эффективность морехозяйственной деятельности и обеспечение социально-экологической ответственности в части природопользования в морехозяйственной сфере в большей мере возможны при рассмотрении проблем отрасли на уровне региональной экономической системы и в контексте сформированных общегосударственных приоритетов и поддержки государством данного вида деятельности.

В мире и РФ морехозяйственный комплекс традиционно выступает важным компонентом хозяйственного комплекса и играет значительную роль в решении задач развития.

Уникальность природно-ресурсной базы, кадровый и научный потенциал Республики Крым формируют предпосылки для расширения морепользования, эффективность которого по ряду причин низка, уровень развития морехозяйственного комплекса значительно отстаёт от развитых стран мира, а также не соответствует требованиям современного общества, что не позволяет пока Республике Крым достичь мирового уровня развития морехозяйственной деятельности.

Первое звено в решаемой проблеме – изучение процессов развития морехозяйственного комплекса в Республике Крым, современные характеристики которых порождают недостаточность использования морехозяйственного потенциала региона в целом и недостаточный уровень конкурентоспособности в сравнении с другими странами и макрорегионами традиционной морехозяйственной специализации в мире, как объекта исследования; и на основе этого, рассмотрение современных форм организации морехозяйственной деятельности и организационно-экономические аспекты их реализации как предмета исследования.

Второе звено – разработка методических подходов к обеспечению эффективного развития морехозяйственного комплекса региона.

Третье звено – реализация такого механизма развития морехозяйственного комплекса региона, который бы соответствовал целям и задачам государства в данной сфере.

#### Библиографический список

1. Морская доктрина Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа к сайту: <http://federalbook.ru>.
2. Алексахина Л.В. Формирование организационно-экономического механизма развития рыбохозяйственного комплекса региона: монография / Л.В. Алексахина. – Симферополь: ТИ «АРИАЛ», 2014. – 280 с.
3. Родионов И.Б. Теория систем и системный анализ [Электронный ресурс] / Родионов И. Б. — КГТУ, 2006. — Режим доступа к сайту: <http://tssa.pisem.net/zhgorsk.htm>.

~ L.V. Aleksahina

~ **Maritime sector as a basis for the development of the maritime region**

~ **Abstract.** The article discusses the place and role of the marine sector in the development of the maritime region and highlights the main structural components of the maritime complex, the most relevant for the development of this maritime region as the Republic of Crimea at the present stage.

~ **Keywords:** Maritime sector, maritime activities, maritime region, regional determinants, development.

УДК 658

Ю.А. Брильков

«Балтийская государственная академия рыбопромыслового флота»  
ФГБОУ ВПО «Калининградский государственный технический  
университет», Калининград, Россия

## ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РЕПУТАЦИЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

**Аннотация:** в статье рассматриваются особенности управления репутацией в социальных медиа в неразрывной контексте управления репутацией в интернете. Рассмотрен весь комплекс мероприятий, начиная от мониторинга упоминаний о компании, и заканчивая «отработкой негатива»

**Ключевые слова:** социальные медиа, управление репутацией, управление репутацией в интернете

В настоящее время репутация является одним из важнейших элементов любой организации, поскольку репутацию можно определить как совокупность мнений заинтересованных сторон (сотрудников, инвесторов, кредиторов, аналитиков, властей, СМИ и т.д.) о достоинствах и недостатках компании, определяющую принятие решений по отношению к ней[1]. При этом необходимо понимать, что аудитория — это не только сегодняшние потребители и клиенты, но и будущие, а также государство, партнеры, акционеры, сотрудники. В современных условиях перед взаимодействием с любой организацией заинтересованные стороны собирают об организации всю возможную информацию, начиная от проверенных фактов, и заканчивая слухами и сплетнями. В этой связи управление репутацией любой организации является одним из ключевых нематериальных активов и фактором конкурентоспособности. Необходимо понимать, что репутация складывается из множества факторов, которые условно можно разделить на две категории: факторы внешней среды, и факторы внутренней среды. Репутационные факторы внешней среды связаны с совокупностью мнений заинтересованных сторон, связанных с внешней средой организации – СМИ, сотрудников государственных структур, независимых экспертов, потребителей, потенциальных инвесторов и ряда других.

Репутационные факторы внутренней среды связаны с совокупностью мнений сотрудников организации, связанных как непосредственно с организацией, так и с отдельными ее элементами.

Главная особенность управления репутацией в социальных медиа – это постоянный мониторинг упоминаний об организации и быстрое реагирование на них, пока информация из социальных медиа не распространилась другими

пользователями, и/или в другие части Интернета. В конечном счете, комплекс мероприятий по управлению репутацией в социальных медиа должно состоять из двух элементов: это «отработка негатива» при негативном отзыве об организации, или отдельных ее элементов, и сбор, как и поощрение, положительных упоминаний об организации.

Управление репутацией в социальных медиа – формирование положительного образа организации в глазах потребителей через посев PR-материалов в социальных медиа, оперативное реагирование на сообщения пользователей социальных медиа и деликатное влияние на мнение аудитории «агентами влияния» и лидерами общественного мнения[2]. В настоящее время в социальные медиа состоит из следующих платформ:

Интернет-форумы

Блоги (LiveJournal, LiveInternet, Twitter)

Подкасты (Russian Podcasting, PodFM, LibSyn)

Вики (Wikipedia, PBWiki, Google Docs)

Электронная почта

Социальные сети (Facebook, Мой Круг, ВКонтакте)

Социальные агрегаторы (Plaxo, Friendfeed)

Онлайновые игры (Lively, World of Warcraft)

Воздействие на общественное мнение происходит путем размещение материалов в блогах и социальных сетях как через скрытый маркетинг, так и от имени бренда и лидеров общественного мнения.

Все это позволяет смягчить отрицательное влияние негативных высказываний, которые публикуют пользователи в социальных медиа, донести до целевой аудитории ценности бренда и вовлечь больший процент целевой аудитории в положительно взаимодействие с организацией.

Рассмотрим основные источники угрозы для репутации организации в социальных медиа:

1. Отзывы недовольных клиентов;

2. Отзывы и негативные мнения бывших сотрудников;

3. Формирование негативной репутации со стороны конкурентов.

Отзывы недовольных клиентов снижают уровень продаж, поскольку в настоящее время потенциальный потребитель старается собрать о продукте и/или организации всю необходимую информацию, чтобы совершить свой выбор на основе объективной информации. Отзывы и негативные мнения бывших сотрудников, в свою очередь, снижают привлекательность организации со стороны HR и потенциальных сотрудников, которых негативные отзывы способны «отпугнуть».

Важным этапом нейтрализации угрозы для репутации организации в социальных медиа является постоянный мониторинг упоминаний об организации и быстрое реагирование на них. При этом необходимо

учитывать, что поиск упоминаний должен осуществляться не только по одному лишь названию организации, но и по названию организации с орфографическими, синтаксическими и другими ошибками. Следует также учитывать, что некоторые крупные организации приобрели неофициальное название, связанное с отличительными особенностями их имиджа и/или отдельных продуктов – по ним также следует осуществлять мониторинг упоминаний. Вместе с тем на настоящий момент существуют сервисы автоматизации мониторинга упоминаний об компании, включающее в себя как социальные медиа, так и весь Интернет[3].

Их функционал следующий: вводятся ключевые слова, по которым система будет автоматически искать упоминания с нужными ключевыми словами, и затем пользователю будет приходиться список упоминаний об компании со всеми необходимыми данными: время публикации, количество ответов на данное упоминание, индексировалось ли упоминание уже в поисковой выдаче.

После нахождения упоминаний необходимо на него прореагировать, для этого необходимо, изначально, определить его характер: положительный или отрицательный, эмоциональный или конструктивный. При положительном упоминание любого рода – необходимо поблагодарить автора за положительное мнение об организации и выразить надежду на продолжение сотрудничества. При конструктивно - негативном упоминание – необходимо выявить причину недовольства, и попытаться ее решить. При эмоционально-отрицательном необходимо выразить сочувствие с автором, мягко указав на эмоциональность его высказывания.

Таким образом, управление репутацией в социальных медиа является важной составляющей современного конкурентного преимущества, и напрямую влияет на восприятие имиджа и репутации организации всеми заинтересованными сторонами.

#### Библиографический список

1. Сальникова, Л.С. Репутационный менеджмент. Современные подходы и технологии: учебник для бакалавров / Л.С. Сальникова. — М. : Юрайт, 2013г. — 303 с.
2. Джефкинс, Ф. Паблик рилейшнз: Учебное пособие/ Джефкинс Ф., Ядин Д. . — Юнити-Дана ,2012 г. — 416 с.
- 3.Халилов,Д. Маркетинге в социальных сетях. / Д. Халилов. — М. : Манн, Иванов и Фербер,213 г. — 240 с.

Y.A.Brilkov

#### Features of reputation management in social media

**Abstract:** the article discusses the features of reputation management in social media are inextricably in the context of reputation management on the Internet. Considered the whole range of activities, from monitoring mentions of the company, and ending with "testing negative"

УДК 336.71

С. С. Величко

Санкт-Петербургский институт гуманитарного образования, Санкт-Петербург, Россия

## БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ: СУЩНОСТЬ И РАЗНОВИДНОСТИ

**Аннотация:** в работе показано место банковских услуг в системе финансовых услуг. Уточнены определения понятий «банковская операция», «банковский продукт» и «банковская услуга». Проанализированы существующие классификации банковских услуг

**Ключевые слова:** финансовая услуга, банковская услуга, банковская операция, банковский продукт

В настоящее время отсутствует однозначное экономически обоснованное определение банковских услуг – существующие определения тавтологичны и сводятся к тому, что банковские услуги представляют собой услуги, оказываемые банками. Признаки, по которым банковские услуги могут быть вычленены из более широкого понятия финансовых услуг, в литературе не описываются. В федеральных законах, как действующих, так и утративших силу, банковские услуги задаются списком [12], или же перечисляются наряду с другими финансовыми услугами без указания их содержательных отличий (хотя для отдельных финансовых услуг их отличительные признаки однозначно сформулированы на законодательном уровне, как это произошло, например, в случае лизинга). «Общероссийский классификатор услуг населению» относит к услугам банков следующие виды услуг:

- Услуги банков по вкладам населения, прием различных платежей;
- Услуги банков по выдаче аккредитивов, чеков, сберегательных книжек и ссуд, услуги банков по операциям с ценными бумагами;
- Услуги банков по размещению лотереи, услуги банков по операциям со свободно конвертируемой валютой, прочие услуги банков.

Однако очевидно, что, по крайней мере часть перечисленных выше финансовых услуг может предоставляться и небанковскими финансовыми организациями [3, 4]. Это, в частности, ведет к наличию конкуренции между банковскими и небанковскими структурами в сегменте тех услуг, которые традиционно относятся к банковским [15]. Кроме того, банки могут оказывать услуги, которые к банковским, как правило, не причисляются – например, пенсионное обеспечение [16].

Интересно в этой связи отметить, что аналогичная неопределенность присуща и финансовым услугам в принципе [1], которые также задаются

списком без попыток выявить их содержательные отличия. Таким образом, можно констатировать, что размытость определений присуща банковским услугам на всех уровнях классификации:

- на более высоком уровне финансовых услуг, включающих себя банковские услуги в качестве частного элемента;
- на уровне собственно банковских услуг, где неясно, по каким критериям они выделяются из множества финансовых услуг;
- на более низком уровне структуры банковских услуг, где отсутствуют четкие определения банковских услуг, банковских продуктов и банковских операций.

Выявление сущности финансовых услуг в наши задачи не входит, однако мы сделаем попытку выявить место банковских услуг в общей системе финансовых услуг, а также уточнить определения банковских услуг, банковских продуктов и банковских операций.

По этой причине, на наш взгляд, целесообразно сопоставить услуги, оказываемые банками и другими финансовыми институтами, с целью выявить содержательные отличия между ними. Результаты этого сопоставления приведены в табл. 1 (перечислены лишь важнейшие виды банковских услуг).

Табл. 1. Сопоставительный анализ финансовых услуг, оказываемых банками и небанковскими финансовыми институтами.

Услуга, оказываемая банками	Финансовые институты, оказывающие сходные услуги	Анализ отличий в содержании услуг, оказываемых банками и иными финансовыми институтами
Привлечение вкладов	Кредитные кооперативы, ссудно-сберегательные ассоциации, паевые инвестиционные фонды	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вкладчик банка не является его пайщиком, в отличие от вкладчиков иных финансовых институтов;</li> <li>- Сохранность банковских вкладов, как правило, в пределах определенного лимита гарантируется государством</li> </ul>
Предоставление кредитов	Ломбарды, кредитные кооперативы, микрофинансовые организации	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Банковский кредит выдается из привлеченных средств вкладчиков, а для его получения вкладчиком быть необязательно;</li> <li>- Микрофинансовые организации и ломбарды выдают кредиты из своих средств, а для получения кредита в кредитном</li> </ul>

		<p>кооперативе или ссудно-сберегательной ассоциации необходимо быть их пайщиком (акционером);</p> <p>- Ставка по банковскому кредиту, в отличие от займов, предлагаемых микрофинансовыми организациями, не является ростовщической, что указывает на принципиально разную роль банков и микрофинансовых организаций в экономике</p>
Открытие и ведение счетов клиентов	Не оказывают	Оказание таких услуг небанковскими организациями запрещено законодательно
Проведение платежных операций	Платежные системы, системы денежных переводов	Банки предлагают полноценный комплекс расчетно-кассового обслуживания, тогда как у других платежных операторов возможен лишь ограниченный набор транзакций
Совершение операций с платежными документами и ценными бумагами в интересах клиента	Брокерские конторы, кастодиальные (депозитарные) банки	Банки осуществляют все операции (выпуск, купля, продажа, учет, хранение и т. д.) со всеми ценными бумагами и платежными документами. Брокерские конторы занимаются куплей и продажей ценных бумаг. Кастодиальные банки в основном предлагают услуги хранения
Совершение операций с драгоценными камнями и металлами, а также изделиями из них в интересах клиента	Брокерские конторы	Брокерские конторы, как правило, не предлагают услуги по хранению
Операции с иностранной валютой	Обменные бюро, паевые фонды	В соответствии с российским законодательством независимые от банков обменные бюро не существуют, однако в мире такая практика сравнительно широко распространена. Банки предлагают полный набор операций с валютой (включая



		прием вкладов), обменные бюро совершают только куплю и продажу. Паевые фонды принимают вклады в валюте, однако не совершают сделок купли-продажи
Трастовые операции	Трастовые фонды	Спектр услуг одинаков у банковских и небанковских институтов
Услуги аутсорсинга капитала (лизинг, факторинг, форфейтинг) [6, с. 109]	Лизинговые, факторинговые и форфейтинговые компании	Как правило, банки отказываются от самостоятельного оказания этих услуг в силу их специфичности и создают для этих целей специализированные автономно функционирующие подразделения

Таким образом, анализ показывает, что, хотя многие финансовые институты могут оказывать услуги, совпадающие или обладающие определенными чертами сходства услугами, предлагаемыми банками, однако банковские услуги обладают отличительными характеристиками:

- только банки оказывают полный спектр финансовых услуг, остальные финансовые организации специализируются на оказании определенного узкого набора услуг;

- только банки используют привлеченные средства частных и корпоративных вкладчиков, и при этом оказывают услуги не вкладчикам; остальные финансовые институты для ведения своей деятельности опираются либо на собственные средства (компании микрофинансирования и ломбарды), либо на кредитные ресурсы (лизинговые, факторинговые и форфейтинговые компании), либо не нуждаются в привлечении внешних средств (платежные системы, обменные бюро), либо не оказывают услуг своим не вкладчикам (кредитные кооперативы, ссудно-сберегательные ассоциации, паевые фонды);

- только банковские вклады в большей или меньшей степени гарантированы государством. Отметим, что эта характеристика вкладов имеет исключительно большое значение для клиентов (например, в период финансового кризиса 2008-2009 гг., в условиях свободного движения капиталов в рамках Европейского Союза, английские вкладчики стали активно переводить свои счета из британских банков, где эта гарантия была частичной, в банки Ирландии, правительство которой гарантировало сохранность вкладов в полном объеме).

Таким образом, определение банковских услуг действительно неразрывно связано с понятием банка, и может быть сформулировано как полный набор допускаемых действующим законодательством финансовых

услуг, оказываемых одной финансовой организацией, использующей в качестве одного из источников финансирования привлекаемые на индивидуальные счета средства физических и юридических лиц, при этом сохранность этих средств в большей или меньшей степени гарантирована государством. Легко убедиться в том, что определенные таким образом банковские услуги вычлняются из финансовых услуг не по экономическим, а по организационно-правовым критериям.

Если отталкиваться от понимания услуги как временного права клиента пользоваться ресурсами провайдера [7], то банк предоставляет в распоряжение клиента следующие ресурсы:

- Финансовые (кредитование);
- Организационные (ведение расчетного счета, управление сбережениями);
- Кадровые (консультирование);
- Технологические (проведение платежей, электронный банкинг).

Большой интерес как с научной, так и с практической точек зрения представляет разграничение таких понятий, как «банковская операция», «банковская услуга», «банковский продукт» (особенно важно выявить отличия между банковской услугой и банковским продуктом, поскольку на практике распространено использование этих терминов в качестве синонимов). Отметим, что в отдельных работах сделана попытка ввести такое понятие, как «банковский товар» [13], однако данный термин, хотя эпизодически и употребляется [10, с. 15] не был принят ни российским банковским, ни российским академическим сообществом, и поэтому в рамках нашего исследования его содержание анализироваться не будет.

Различные подходы к определению содержания этих понятий представлены в табл. 2. Основой таблицы послужила сравнительная таблица, приведенная в работе [11, с. 246-247], дополненная источником [14], а также комментариями автора (четвертая колонка таблицы).

Табл. 2. Анализ подходов к определению содержания понятий «банковская операция», «банковская услуга» и «банковский продукт».

<b>Банковские операции</b>	<b>Банковская услуга</b>	<b>Банковский продукт</b>	<b>Комментарии</b>
Реализация функций банка на практике. Осуществляются в денежной форме, представляют собой отражение потоков на различных этапах воспроизводства, совершаются	Одна или несколько сопряженных банковских операций, направленных на удовлетворение потребностей клиента, а также проведение одной	В качестве основного банковского продукта выступают кредиты	Излишне упрощенный подход к понятию банковского продукта (депозиты было бы логично тоже трактовать как банковские продукты)

<p>непосредственно через банки</p>	<p>или комплекса банковских операций по поручению клиента, в его пользу и за определенную плату</p>		
<p>Систематично проводимые сделки, совершаемые банками в силу законодательно закрепленной за ними правоспособности. В качестве объектов этих сделок выступают деньги, ценные бумаги, драгоценные металлы, природные драгоценные камни</p>	<p>Действия и возможности банка для оптимизации и сопровождения процесса заключения сделок</p>	<p>Банковский продукт представляет собой комплекс взаимосвязанных услуг и операций банка, обладающий набором описывающих его характеристик (цель, сумма, доходность, тариф, срок действия, надежность, соответствие законодательству, порядок налогообложения)</p>	<p>На наш взгляд, не совсем корректно относить к услугам наличествующие у банка возможности</p>
<p>Совокупность взаимосвязанных действий банка по решению единой экономической задачи</p>	<p>Разнообразные действия на финансовом рынке, осуществляемые коммерческими банками по поручению и в интересах своих клиентов, а также для собственных нужд</p>	<p>Комплекс взаимосвязанных банковских услуг и операций, направленный на удовлетворение потребностей клиентов в отдельных видах банковской деятельности</p>	<p>- По сути, в данном подходе банковские услуги занимают подчиненное положение по отношению к банковским операциям (у остальных авторов подход противоположный) – если операции представляют собой совокупность взаимосвязанных действий, то услуги – лишь разнородные действия на финансовом рынке; - Неясны отношения между анализируемыми понятиями: как банковские операции, так и</p>

			банковские услуги и банковский продукт представляют собой набор действий
Полный набор рыночных денежных отношений	Проведение операций в пользу последнего за определенную плату	Любая услуга или операция, совершаемая банком	- Банки не предлагают полный набор рыночных денежных отношений, часть функций по удовлетворению частных и корпоративных клиентов выполняется небанковскими финансовыми институтами; - Термин «банковский продукт» трактуется как обобщающее понятие для терминов «банковская операция» и «банковская услуга», что неудобно с практической точки зрения и приводит к путанице
Комплекс взаимосвязанных действий банка и клиента, производимых от имени банка, предусматривающих перемещение денежных средств и направленных на решение конкретной экономической задачи	Предоставляемые клиентам технические, технологические, финансовые, интеллектуальные и профессиональные виды деятельности банка, сопровождающие и оптимизирующие проведение банковских операций	Под банковским продуктом подразумевают услугу или операцию, совершенную кредитным институтом, его действие, предпринимательскую акцию, направленную на улучшение бизнеса	Неясно соотношения понятия «банковский продукт» с понятиями «банковская услуга» и «банковская операция». С одной стороны, банковский продукт представляет собой обобщающий термин для обоих понятий, с другой стороны, к нему относятся некие

			прочие действия банка, не включаемые в понятия банковской услуги и банковской операции
Действия, осуществляемые для достижения поставленных целей	Профессиональный интеллектуальный продукт, созданный на основе маркетинговых исследований потребностей рынка с целью реализации его на рынке и извлечения прибыли	Конкретный способ, каким банк оказывает услугу нуждающемуся в ней клиенту	Механический перенос используемых в менеджменте и маркетинге понятий на банковскую деятельность без учета ее специфики. Определение банковской операции неконкретно и соответствует практически любому действию, совершаемому как банками, так и другими участниками экономической деятельности. Профессиональные интеллектуальные продукты предлагают не только банки. Неясно, почему банковская услуга определяется как продукт
Операции по привлечению денежных средств и их размещению	Привлечение вкладов и последующее предоставление ссуд	Потребительская ценность, т. е. набор специфических свойств, необходимых клиенту	Неясно отношение между понятиями банковской операции и банковской услуги – по сути, речь идет о перефразировании одного и того же определения. Понятие банковского продукта представляет собой

			механическое копирование маркетингового подхода к определению продукта и не учитывает специфику банковской деятельности
Равнозначно понятию банковской услуги и трудноотделимо от понятия банковского продукта	Услуги, предназначенные для повышения качества и обеспечения нормального потребления основной услуги	Банковские услуги, соответствующие характеру деятельности банков и определяющие их специфику как участников экономической деятельности	Происходит подмена понятий «банковская услуга» и «банковский сервис». Не формализован подход к содержанию понятия банковской операции, что приводит к путанице

Как можно увидеть из табл. 2, у отечественных исследователей отсутствует единый подход к определению этих основополагающих понятий, при этом в разные термины разные авторы могут вкладывать один и тот же смысл, а в одинаковые термины – разный. В этой связи представляется целесообразным уточнить содержание этих понятий.

На наш взгляд, оправданным является следующий иерархический подход:

- Банковская операция может трактоваться как однократная сделка с денежными средствами и иными финансовыми активами, совершаемая банком в рамках действий, дозволенных для него законодательно, и направленная на достижение целей его хозяйственной деятельности. Под однократностью понимается не то, что операция совершается один раз за весь период существования банка, а то, что она является элементарным, не разложимым далее действием над денежными потоками и иными финансовыми активами. При этом банковские операции совершаются на постоянной основе и с большой частотой и обеспечивают выполнение банком своих функций;

- Банковскую услугу целесообразно рассматривать как комплекс взаимосвязанных банковских операций, выполняемый в интересах клиента на платной основе, и направленный на удовлетворение потребностей клиента в совершении необходимых ему действий над финансовыми

активами. С точки зрения маркетинга банковская услуга представляет собой товар без сопровождения;

- Банковский продукт представляет собой комплекс банковских услуг, однозначно выделяемый из других возможных наборов банковских услуг, обладающий четким позиционированием и направленный на определенную целевую аудиторию. Понятие банковского продукта (с учетом специфики банковской деятельности) соответствует маркетинговому понятию товара с сопровождением. Мы солидаризируемся с позицией Г. И. Магомедова [10, с. 14] о том, что именно банковский продукт лежит в основе конкурентных отношений в банковской сфере.

Например, прием денег от клиента при открытии счета – это банковская операция, открытие счета – банковская услуга, а ведение счета (на заранее установленных условиях, касающихся сроков, на которые открыт счет, его доходности, минимальной и максимальной суммы и т. д., с информированием клиента о зачислении денег и величине текущего остатка) представляет собой банковский продукт.

По нашему мнению, предлагаемый нами подход обладает важными достоинствами по сравнению с моделями, проанализированными в табл. 2:

- Строгая иерархичность понятий (банковская операция выступает в качестве компонента банковской услуги, а та, в свою очередь, является частью банковского продукта), с одной стороны, делает возможным четкое и однозначное разграничение, а с другой – наглядно показывает взаимосвязь этих понятий;

- Такая структурированность банковских услуг и банковских продуктов хорошо объясняет причины ряда проблем, с которыми сталкиваются клиенты банков. Кроме того, на ее основе можно построить механизм формирования удовлетворенности клиентов качеством оказания банковских услуг;

- Предложенное определение банковского продукта затрагивает не только кредиты, но и все остальные наборы услуг, предлагаемые банком.

В настоящее время существует значительное число подходов к классификации банковских услуг [2, 8, 9, 11]. Ниже мы, основываясь на этих источниках, дадим анализ предлагаемых классификаций.

С точки зрения экономического содержания банковские услуги (и формируемые на их основе банковские продукты) можно разбить на следующие группы:

1. Кредитные услуги – предоставление банком заемщику денежных средств на основе срочности, платности, возвратности, целевого характера и наличия обеспечения. В отдельных источниках кредитные услуги делятся на активные (при их оказании банк выступает как кредитор) и пассивные (связанные с привлечением банком денежных средств от других кредиторов; в этом случае банк выступает заемщиком). На наш взгляд, такое деление

является неверным – в случае пассивных кредитных услуг банк-заемщик выступает не провайдером услуг, а их потребителем, а с экономической точки зрения отношения между банком-кредитором и банком-заемщиком ничем не отличаются от отношений между банком-кредитором и любым внешним заемщиком. По сути дела, выделение пассивных кредитных услуг основано не на анализе экономической природы такой услуги, а на выделении банков как отдельной категории потребителей кредитных услуг (что может быть удобно с маркетинговой точки зрения, но не имеет под собой содержательного экономического обоснования). Поэтому целесообразно рассматривать лишь активные кредитные услуги, которые для краткости будут называться просто кредитными услугами;

2. Депозиты – привлечение на банковские счета временно свободных денежных средств населения и предприятий;

3. Расчетно-кассовое обслуживание – проведение в интересах клиентов платежей за приобретенные товары и оказанные услуги;

4. Инвестиционные операции и операции с ценными бумагами (включая производные). В настоящее время представляют один из основных (а в ряде случаев – основной) источник доходов банков. Однако проведение этих операций сопряжено с высокими рисками;

5. Трансформация ссудных капиталов (преобразование банковского кредита в коммерческий). Речь идет об услугах лизинга, факторинга и форфейтинга [6]. Тем не менее, проведение таких операций связано с наличием специфических компетенций (инвестиции в реальные активы, мониторинг рынка промышленного оборудования, повышенные требования к проверке рисков, коллекторская деятельность), вследствие чего банки, как правило, отказываются от оказания таких услуг и создают для этих целей обособленные подразделения;

6. Консультационные и аудиторские услуги.

Другой подход к классификации банковских услуг по экономическому содержанию предложен в работе [2] (там они именуются операциями, но в рамках предложенной нами терминологии целесообразно называть их именно услугами):

Пассивные услуги – направленные на привлечение денежных средств;

Активные услуги – их целью является размещение собственных и привлеченных денежных средств банка с целью получения прибыли;

Комиссионно-посреднические услуги – совершение расчетных и обменных операций;

Доверительные (трастовые) услуги, состоящие в управлении чужими активами на платной основе.

С точки зрения потребностей, на удовлетворение которых направлены оказываемые банками услуги, они могут быть разбиты на следующие разновидности:



1. Стратегические услуги – дают возможность клиенту банка достичь существенных преобразований в характере, направлениях и масштабе деятельности или в образе жизни. К числу таких услуг для корпоративных клиентов, по мнению специалистов, относятся кредиты инвестиционного характера, размещение облигационных займов в интересах клиента, проведение сделок по слиянию и поглощению, синдицированные кредиты. Для частных лиц к числу стратегических услуг могут быть отнесены сберегательные счета, ипотечные и образовательные кредиты и т. д.;

2. Текущие услуги – позволяют клиенту наиболее удобным для него образом достичь своих краткосрочных (возможно, среднесрочных) целей. В случае корпоративных клиентов речь идет о текущем расчетно-кассовом обслуживании, лизинге, форфейтинге. Для частных клиентов такой услугой будет потребительский кредит, кредит на автомобиль, ведение зарплатного счета;

3. Срочные услуги – дают возможность клиенту с наименьшими издержками решить внезапно возникшие, однако не имеющие критического значения для его благополучия проблемы. Для корпоративных клиентов примером такой услуги может быть факторинг (в работе к таким услугам отнесен лизинг, однако в общем случае это не так: лизинг представляет собой инструмент финансирования обновления основных фондов, что, как правило, планируется заранее и тщательно готовится клиентом; напротив, частный случай лизинга, а именно возвратный лизинг, скорее должен классифицироваться как специальная услуга). В случае частных лиц можно указать на кредит на срочные нужды;

4. Специальные услуги – позволяют клиенту найти выход из неожиданно сложившихся кризисных ситуаций. Как для частных, так и для корпоративных клиентов в первую очередь речь идет о рефинансировании имеющейся задолженности.

Очевидно, что данная классификация соответствует сегментированию потребителей по принципу покупательского поведения [5] и имеет большое значение для формирования маркетинговых программ продвижения тех или иных банковских услуг.

В отдельных исследованиях проводится деление банковских услуг на платные и бесплатные, однако, как справедливо подчеркивается в работе [11, с. 248-249], это деление не имеет общеэкономического и даже общеотраслевого характера – сам банк (как провайдер услуги) решает, какие услуги будут оказываться на платной основе, а какие – предоставляться бесплатно. В отдельных случаях, впрочем, корректнее, на наш взгляд, было бы говорить о том, что часть банковских услуг тарифицируется в явном виде, а часть входит в неявном виде в общую стоимость банковского продукта. Тем не менее, с развитием рынка банковских услуг как у самих банков, так и у их клиентов складывается обобщенное представление о том,

какие услуги следует предоставлять за плату (и каков оправданный размер этой платы), а какие услуги следует оказывать бесплатно (или квазибесплатно). Хорошим примером такой эволюции является комиссия за выдачу наличных денег при предоставлении кредита. Если изначально взимание такой комиссии было повсеместно распространенной практикой, и клиенты были вынуждены соглашаться на ее уплаты в силу отсутствия предложения кредитов наличными без комиссии, то в настоящее время наблюдается тенденция к отказу от ее взимания (важную роль в формировании этой тенденции сыграл Сбербанк, декларировавший отказ от комиссий и скрытых платежей).

Наконец, последней классификацией, исключительно важной с точки зрения маркетинга, является деление банковских услуг по критерию целевой аудитории (соответствующее, в свою очередь, сегментированию аудитории потребителей банковских услуг по демографическому признаку). В агрегированном виде (без вычленения мелких сегментов) эта классификация может быть представлена в виде табл. 3.

Табл. 3. Классификация банковских услуг по критерию целевой аудитории

Услуги для физических лиц		Услуги для юридических лиц
Розничные банковские услуги	Услуги частного банкинга (private banking)	
Ведение сберегательных и зарплатных счетов, предоставление розничных кредитов (потребительских, на срочные нужды, автомобильных, ипотечных, образовательных и т. д.), услуги по проведению платежей и обмену валюты	Кредитование, ведение расчетно-кассового обслуживания, управление активами, выпуск акций и облигаций, учет векселей, обслуживание внешнеторговых платежей посредством аккредитива и инкассо, факторинг, лизинг и форфейтинг, предоставление банковских гарантий, инкассация выручки и т. д.	Банковские услуги, направленные на удовлетворение потребностей частных клиентов с высоким и очень высоким уровнем дохода (в первую очередь – управление активами)

Подводя итог, мы можем сформулировать следующие выводы:

- банковские услуги представляют собой частный случай финансовых услуг и выделяются из них по критерию концентрации (количества видов финансовых услуг, оказываемых одной финансовой организацией), источника финансирования (возможность привлечения средств вкладчиков) и наличия государственной гарантии сохранности размещенных в банке средств на расчетных и сберегательных счетах (полной или частичной). Последний пункт означает освобождение вкладчиков от рисков банковской деятельности и от ответственности по обязательствам банка (не случайно поэтому кейс кипрских банков, когда для погашения их внешней

задолженности со счетов вкладчиков была изъята определенная доля их средств, был воспринят как серьезный удар по традиционной модели банковской деятельности);

- понятия «банковская операция», «банковская услуга» и «банковский продукт» носят иерархический характер по отношению друг к другу: банковская услуга представляет собой комплекс банковских операций, а банковский продукт, в свою очередь – комплекс банковских услуг. При этом понятие банковской операции носит, на наш взгляд, скорее экономический характер (поскольку сопряжено с реализацией банком своих экономических функций), понятие банковской услуги выделяется по технологическим критериям (каким образом удовлетворяются потребности клиентов в совершении определенных действий над финансовыми активами), а понятие банковского продукта имеет маркетинговую природу (так как он направлен на однозначно определенный целевой сегмент и предполагает четкое позиционирование);

- для анализа конкурентных преимуществ банков основное значение имеют классификации банковских услуг по критерию потребностей, на удовлетворение которых они направлены, а также по критерию целевой аудитории.

#### Библиографический список

1. Беркович М. И., Осянин И. К. Рынок финансовых услуг: уточнение понятий // Научный вестник Костромского государственного технологического университета. – 2011. - № 1.
2. Гурьянов С. А. Маркетинг банковских услуг. М.: Медиа-Пресс, 2006.
3. Заернюк В. М. Классификация небанковских организаций в отечественной и зарубежной практике // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. - № 20. – С. 39-49.
4. Заернюк В. М., Назарова З. М., Ястребинский М. А. Роль небанковских кредитных организаций в системе институционального устройства рынка банковских услуг // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2014. - № 36. – С. 2-10.
5. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга. М.; СПб.; К.: Издат. дом «Вильямс», 1998.
6. Котляров И. Д. Анализ экономической и организационной сущности современных форм финансового предпринимательства // Корпоративные финансы. – 2010. - № 3. – С. 104-112.
7. Котляров И. Д. Сущность услуги как экономического блага // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. – 2012. - № 3. – С. 79-86.
8. Латус Е. Б. Рынок банковских услуг: правовое обеспечение стабильности. М.: Волтерс Клувер, 2008.
9. Литвинова А. В., Черная Е. Г. Современные формы, виды, методы и инструменты розничного кредитования: проблемы толкования и применения // Вестник ЮРГТУ (НПИ). – 2011. – № 2. – С. 51-59.

10. Магомедов Г. И. Формирование и развитие конкуренции на региональном рынке банковских услуг. Автореф. на соиск. уч. степ. д-ра экон. наук. М.: Российская академия предпринимательства, 2011.
11. Татаркулова Р. А. К вопросу о сущности и классификации банковских услуг // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. – 2009. – № 4. – С. 245-249.
12. Федеральный закон от 26 июля 2006 г. N 135-ФЗ "О защите конкуренции" (с изменениями и дополнениями).
13. Хабаров В. И., Попова Н. Ю. Банковский маркетинг. М.: Московская финансово-промышленная академия, 2004.
14. Швед Д. Е. Управление маркетинговой деятельностью финансовой организации. Автореф. на соиск. уч. степ. канд. экон. наук. М.: Государственный экономический университет им. Г. В. Плеханова, 2011.
15. Эзрох Ю. С. Платежные небанковские кредитные организации как субъект конкурентной борьбы на отечественном банковском рынке // Финансы и кредит. – 2013. - № 42. – С. 15-24.
16. Эзрох Ю. С. Институт банковского пенсионного обеспечения: конкуренция с традиционными институтами // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. – 2015. - № 2. – С. 27-55.

**УДК 65.012.226****А. И. Воробьев, И. В. Солнцев, Н. А. Осокин**

ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», Москва, Россия

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЭНКИНГОВЫХ МОДЕЛЕЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ  
УРОВНЯ РАЗВИТИЯ ФУТБОЛА В СТРАНАХ ФИФА**

**Аннотация.** Авторами поставлена цель определить наиболее важные факторы, способствующие развитию футбола, и объединить их в единый индекс для всех 209 стран, входящих в ФИФА. Всего использовано 11 показателей, которые разделены на 3 группы критериев: спортивные достижения, популярность футбола, условия для развития футбола. Результатом данного исследования является предоставление национальным ассоциациям конвенционального подхода для оценки уровня развития футбола в стране, идентификации узких мест программ развития и бенчмаркинга лучших мировых практик. Кроме того данный индекс может быть использован ФИФА и континентальными федерациями футбола для распределения финансирования.

**Ключевые слова.** ФИФА, рэнкинги в спорте, развитие футбола, эффективность в футболе, экономика спорта, экономика футбола, спортивный менеджмент

**1. Введение**

Разработанная специалистами Российского футбольного союза совместно с коллегами из РЭУ имени Г.В. Плеханова Стратегия развития футбола в Российской Федерации (Стратегия "Футбол 2020"), предполагала формирование разнообразных рейтингов для более обоснованного финансирования субъектов футбола, повышения эффективности их управления. В качестве пилотных были реализованы проекты присвоения рейтингов Центрам подготовки футболистов и формирование индексов развития футбола в субъектах РФ [1]. Прделанная работа позволила сформулировать базисную гипотезу о возможности и целесообразности разработки индекса футбольного развития не только для российских регионов, но и для стран - членов ФИФА. В качестве некого аналога было предложено рассмотреть достаточно популярный индекс человеческого развития (ИЧР), который регулярно публикуется ООН. Данный индекс учитывает три главных группы показателей: ВВП на душу населения; уровень образования и здравоохранения и отражает дифференциацию стран с разным уровнем жизни, демонстрирует достижения стран в области повышения

грамотности или увеличения долголетия [2]. Футбол как социально-экономическое явление, симбиоз игры, бизнеса и индустрии развлечений, ярчайший медийный продукт не в меньшей степени заслуживает исследования факторов его развития, чем любая другая сфера человеческой деятельности.

Исходной гипотезой о факторах, определяющих уровень развития футбола в стране, подобно ИЧР, стала триада, отражающая ключевые факторы развития футбольной индустрии, ее футбольного потенциала. После проведенного предварительного анализа они были объединены в три группы.

1. Спортивные достижения
2. Популярность футбола в стране.
3. Эндогенные и экзогенные условия для развития футбола.

Ретроспективная информационная глубина для учета как спортивных достижений, так и выявления корреляционных связей между различными факторами, определяющими уровень развития футбола в стране, ограничивается XXI веком (2000 - 2014) годы. Именно за этот период происходит учет результатов национальных сборных и клубов в турнирах, проводимых под эгидой ФИФА и ее конфедераций. Этот же период берется для сравнения динамики индекса человеческого развития и его компонентов с одной стороны и рейтинга ФИФА - с другой.

Данный исследовательский проект направлен на создание конвенциональной модели оценки уровня развития футбола во всех странах, входящих в ФИФА. Тем самым, Национальные Футбольные Ассоциации (ФА) смогут контролировать и регулировать действующие программы развития, а также концентрироваться на ключевых показателях, которые в большей степени положительно влияют на развитие футбола в долгосрочной перспективе.

Исследования на выявление ключевых факторов, влияющих на эффективность в спорте, уже проводились, однако все они рассматривались в пределах отдельно взятой страны. Chelladurai и Haggerty использовали модели оценки организационной эффективности на ряде спортивных организаций Канады [3]. Похожее исследование проводили Paradimitriou и Taylor только уже применительно к греческому спорту [4]. Koh-Tan выявляла различные понимания эффективности среди группировок заинтересованных лиц в сингапурских спортивных федерациях [5]. Wolfe, Hoesber и Babiak установили ряд факторов, которые являются наиболее значимыми показателями эффективности в межвузовских соревнованиях по легкой атлетике, а также определили, каким образом данные взаимодействуют между собой [6]. Некоторые исследователи лишь частично затрагивали вопросы развития спорта. Много ученых из Северной Америки концентрировались на выявлении

корреляции между спортивными и финансовыми показателями профессиональных клубов. Alexander и Kern рассматривали влияние позиционирования, переезда и воздействия новых стадионов на стоимость команд в основных профессиональных лигах [7].

Методику использования многофакторной модели для оценки результатов футбольных команд использовали M. Kranke, S. Kuper и S. Szymanski [8]. Авторы исследовали, насколько мужская национальная футбольная команда показывает результат, сопоставимый с ее уровнем ВВП. В качестве основного показателя результативности бралась информация по забитым мячам. В результате чего страны были разделены на группы сверхуспевающих и отстающих. В десятку «сверхуспевающих» стран вошли такие привычные лидеры мирового футбола, как Бразилия, Испания Германия и другие. Однако в эту группу вошли такие неожиданные представители, как Ирак и Иран. Авторы объясняют появление стран Ближнего Востока в 10 лучших тем обстоятельством, что свои игры они часто проводят против менее именитых соперников. В итоге авторами был сделан вывод, что их модель не совсем применима в глобальном масштабе, и дальнейшее исследование было посвящено уже Европейским странам, характеризующимся близким уровнем социально-экономического развития.

Рейтингование в футболе подробно рассматривали Lasek J., Szlavik Z., Bhulai S. [9]. В основу их исследование вошел обзор и сравнительный анализ существующих рэнкинговых моделей национальных футбольных сборных. В качестве отправной точки был взят официальный рейтинг ФИФА. Далее авторы рассматривали, насколько точно данный рейтинг может прогнозировать исходы футбольных матчей, и сравнивали результаты с иными рэнкинговыми модели, например с методом Эло.

Синергетический эффект от данного исследования для Российского футбола будет заключаться в нескольких составляющих. Прежде всего, удастся сверить дорожную карту, определенную стратегией "Футбол 2020", с общемировой практикой ведущих футбольных держав. Также появится возможность оценить время реакции на вложения в детско-юношеский футбол или в инфраструктуру, более обоснованно и реалистично прогнозировать спортивные достижения исходя из общего состояния футбольной индустрии и социально-экономического развития страны. Все это позволит и более рационально расходовать ресурсы, выделяемые на развитие футбола, определить приоритетность и адресность финансовой поддержки региональных федераций футбола.

## **2. Модель**

После проведенного предварительного анализа критерии оценки были объединены в три группы (табл. 1).

Таблица 1. Группы критериев, используемые для исследования

Группа критериев	Набор показателей
Спортивные достижения	Выступления основных национальных сборных команд. Выступления клубных представителей стран. Официальный рейтинг ФИФА.
Популярность футбола	Количество клубов. Средняя посещаемость матчей топ-лиги. Соотношение: занимающиеся футболом/население
Условия для развития	Количество тренеров. Число зарегистрированных футболистов, нормированное на население. Количество международных судей. Общая вместимость футбольных стадионов. Число национальных команд, выступающих под эгидой Национальной Футбольной Ассоциации.

Большинство данных было получено из открытых источников. Также специальные опросные формы были разработаны и разосланы во все 209 Национальных федераций, Континентальные Федерации.

### 2.1. Сбор данных

Для расчета выступлений национальных сборных команд использовались результаты выступлений национальных сборных на всех турнирах, проводимых под эгидой ФИФА в период с 2000 по 2014 год. В список данных турниров вошли:

- чемпионат мира среди мужчин;
- чемпионат мира среди женщин;
- мужской олимпийский турнир;
- женский олимпийский турнир;
- чемпионат мира U-20 среди мужчин;
- чемпионат мира U-20 среди женщин;
- чемпионат мира U-17 среди мужчин;
- чемпионат мира U-17 среди женщин;
- чемпионат мира по футзалу среди мужчин;
- чемпионат мира по пляжному футболу среди мужчин;
- кубок конфедераций.

Для объективного расчета успехов национальных сборных была разработана система распределения условных баллов, учитывающая количество участвующих в турнире команд. Максимальное число баллов за каждый турнир устанавливалось в соответствии с количеством команд, принимающих участие в турнире.

В соответствии с данной системой всем странам были присвоены баллы за каждый турнир. Для большей объективности показателей методом



экспертных оценок были предложены коэффициенты за каждый отдельный вид турнира (табл. 2).

Таблица 2. Условные веса турниров, проводимых под эгидой ФИФА

	<b>Мужские команды</b>	<b>Женские команды</b>
Чемпионат мира	1,0	0,8
Олимпийские игры	0,8	0,6
Кубок конфедераций	1,0	-
Чемпионат мира U-20	0,6	0,4
Чемпионат мира U-17	0,3	0,2
Футзал	0,7	-
Пляжный футбол	0,5	-

Помимо выступлений сборных команд необходимо было учесть результаты выступлений клубов. Это представляло весьма сложную задачу в силу того, что единого клубного рейтинга, который бы включал в себя все 209 членов-ассоциаций ФИФА, не существует. Однако некоторые континентальные федерации (Европа, Азия, Африка) рассчитывают рейтинг среди своих ассоциаций, основанный на выступлениях их представителей на континентальных клубных турнирах.

Для получения более полной и единообразной картины клубные коэффициенты по оставшимся конфедерациям (Океания, Северная и Южная Америка) были посчитаны по аналогии с европейской методикой. Однако для консолидации континентальных клубных рейтингов в единый мировой табель о рангах необходимо было привести их к одной форме. Для этого каждый клубный рейтинг конфедерации переводился в 100-бальную систему. На базе результатов Клубного Кубка Мира для каждой конфедерации рассчитывается свой условный вес. В качестве источника выявления условных весов был выбран именно этот турнир, поскольку он является единственным официальным соревнованием, которое объединяет все конфедерации на клубном уровне. Результаты брались за все время действия турнира (с 2005 года) и представлены в Таблице 3. Полученные конфедерацией баллы за каждый год суммировались. После чего все выведенные экспертные очки были переведены в 1-бальную систему коэффициентов.

Таблица 3. Условные веса для клубных представителей Конфедераций

<b>Континентальная федерация</b>	<b>Коэффициент</b>
Европа	1,00
Южная Америка	0,78
Азия	0,39
Северная Америка	0,35
Африка	0,36
Океания	0,16

Коэффициенты конфедераций перемножаются на условные баллы каждой ассоциации. Далее все страны сводятся в единый рейтинг, исходя из набранных баллов.

В качестве основных показателей оценки популярности игры и развитости футбольной инфраструктуры брались имеющиеся данные из FIFA Big Count<sup>1</sup>, а также различных достоверных интернет-ресурсов. С целью получения наиболее достоверных и актуальных данных всем национальным ассоциациям были разосланы специальные запросы.

В дополнение к показателям, имеющимся в FIFA Big Count, авторы посчитали необходимым учесть еще ряд показателей: среднюю посещаемость матчей высшей лиги каждой страны, число сборных, выступающих в соревнованиях под эгидой ФИФА, количество тренеров, количество международных судей, имеющих лицензию ФИФА, а также общая вместимость всех стадионов, на которых проходят футбольные матчи. К тому же было решено несколько видоизменить имеющиеся данные в FIFA Big Count, поскольку они представляют собой массив информации, не предполагающий ранжирования. Ввиду этого факта показатели людей, играющих в футбол и число зарегистрированных футболистов были нормированы: число играющих в футбол на население страны, число зарегистрированных футболистов на играющих в футбол.

В итоге в группу критериев "популярность футбола" вошли 3 критерия, а группа критериев "условия для развития футбола" стала наиболее представительной из всех, включив в себя 5 показателей.

## *2.2. Подсчет показателей*

После завершения сбора необходимой информации встала задача грамотной систематизации данных. Из-за достаточно внушительного набора показателей, входящих в итоговую модель, было решено использовать метод суммы мест (рэнкинг) для ранжирования всех стран. Основой данного метода является принцип ранжирования каждого критерия, после чего ранг страны по каждому критерию суммируется. В итоге страна, набирающая наименьшую сумму рангов, занимает первое место в итоговом рэнкинге.

Однако для подсчета рангов стран по каждому критерию и итоговому рэнкингу использовались разные подходы. В случае с критериальным ранжированием применяется следующий принцип: если несколько значений имеют одинаковый ранг, возвращается среднее (то есть если у страны А и страны Б одинаковые значения по критерию «К», то они оба получают не условные 15 ранги, а 15.5, а следующая страна будет ранжироваться, начиная с 17 места).

---

<sup>1</sup> FIFA Big Count - Проведенный ФИФА всемирный сбор статистической информации относительно основных показателей развития футбола в 2006 году - <http://www.fifa.com/worldfootball/bigcount/index.html>

Для расчета итогового рэнкинга была использована функция ранжирования абсолютных переменных с начислением одинаковых рангов при равных значениях. В случае одинаковых значений по сумме рангов у двух или более стран, в отличие от вышеизложенной методики ранжирования, странам присваивались одинаковые значения.

Все 11 факторов индекса развития футбола, как уже говорилось, поделены на три основных категории: «Спортивные достижения», «Популярность футбола», «Условия для развития футбола». С целью лучшей интерпретации результатов исследования страны также ранжировались внутри каждой группы. Следовательно, кроме оценки общего уровня футбольного развития в мире появляется возможность сопоставить страны в зависимости от их спортивных достижений как на уровне сборных, так и на уровне клубов, популярности игры и созданных условий для развития данного вида спорта.

### 2.3. 5-звездочные кластеры

Для формирования более целостного представления об итоговом рэнкинге и более понятной интерпретации его результатов введена 5-звездочная система группировки стран. Группы составлялись по значению суммы рангов по всем 11 критериям (табл. 4).

Таблица 4. Критерии группировки стран (FDI) по 5-звездочной системе

<b>Рэнкинговая Индекса футбола</b>	<b>группа развития</b>	<b>Диапазон суммы рангов</b>	<b>Интерпретации группы</b>
5 звезд		до 300	<b>Очень высокий уровень развития футбола</b>
4 звезды		301-600	<b>Высокий уровень развития футбола</b>
3 звезды		601-1000	<b>Средний уровень развития футбола</b>
2 звезды		1001-1700	<b>Низкий уровень развития футбола</b>
1 звезда		Больше 1701	<b>Очень низкий уровень развития футбола</b>

### 3. Результаты

Итоговый индекс развития футбола высчитывался по методу суммы мест, где складывались присвоенные ранги стран по каждому критерию, за счет чего страна с наименьшей суммой мест занимала первое место, дальнейшее ранжирование шло по возрастанию. В таблице 5 представлены 20 лучших стран по итоговому индексу, а также положение каждой страны в каждой из трех групп критериев

Таблица 5. Лучшие 20 стран по итоговому индексу развития футбола

Страна	Спортивные показатели	Популярность футбола	Условия для развития	Сумма рангов	Индекс Развития футбола
<b>Германия</b>	1	1	2	83	<b>1</b>
<b>Франция</b>	5	8	1	148,5	<b>2</b>
<b>Нидерланды</b>	10	3	3	153,5	<b>3</b>
<b>Англия</b>	8	2	5	166	<b>4</b>
<b>Италия</b>	5	4	6	188,5	<b>5</b>
<b>Бразилия</b>	2	11	11	228	<b>6</b>
<b>Бельгия</b>	14	17	4	233	<b>7</b>
<b>Испания</b>	3	14	10	238,5	<b>8</b>
<b>Аргентина</b>	3	18	12	263,5	<b>9</b>
<b>Чили</b>	13	7	15	284	<b>10</b>
<b>США</b>	18	5	13	287	<b>11</b>
<b>Швеция</b>	29	9	8	306,5	<b>12</b>
<b>Австрия</b>	29	13	9	334	<b>13</b>
<b>Чехия</b>	18	16	22	348	<b>14</b>
<b>Дания</b>	33	15	14	369,5	<b>15</b>
<b>Польша</b>	35	25	7	382	<b>16</b>
<b>Швейцария</b>	15	19	27	384,5	<b>17</b>
<b>Португалия</b>	5	26	28	394	<b>18</b>
<b>Мексика</b>	12	22	29	396	<b>19</b>
<b>Россия</b>	16	32	19	404,5	<b>20</b>

Также, согласно принятой расчетной модели, в индексе футбольного развития предусмотрена система группировки результатов по всем 11

критериям. Согласно принятым критериям (табл. 4) были получены следующие результаты:

Таблица 6. Группы стран FDI

Уровень развития футбола	Число стран
Очень высокий ☆☆☆☆☆	11
Высокий ☆☆☆☆	23
Средний ☆☆☆	39
Низкий ☆☆	111
Очень низкий ☆	25

#### 4. Заключение и дальнейшее развитие исследования

Выведенный авторами рейтинг футбольного развития, базирующийся на многофакторном оценочном подходе, дает более детальную расшифровку положения дел в мировом футболе с точки зрения спортивного мастерства, популярности игры и уровня развитости футбольной инфраструктуры. Как мы видим, сравнивая итоговый индекс развития футбола с результатами официального рейтинга ФИФА, были внесены некоторые коррективы в общепринятую расстановку футбольных сил на глобальном уровне, а в некоторых случаях, наоборот, подтвердило футбольное главенство некоторых стран.

Каждая из трех составляющих рейтинга сама по себе также представляет определенную картину по развитию футбольного мастерства в мировых масштабах. На клубном уровне можно проследить превосходство европейских представителей, из-за того что Европейские сборные исправно показывают высокие результаты на Клубном Кубке Мира. При этом на уровне сборных прослеживается уже более равномерное распределение сил, где в 20 лучших стран вошли представители всех континентальных федераций, кроме океанской (однако присутствует Австралия, которая до 2006 года входила именно в эту конфедерацию).

Выносимые на суд футбольного сообщества результаты возможно и удивят некоторых специалистов, но, на взгляд авторов, в целом отражают априорные ожидания. При этом авторам небезынтересно мнение футбольной элиты и многочисленных экспертов об интерпретации

полученных рейтингов и итогового рэнкинга, их соответствия представлениям об уровне развития футбольного мастерства в тех или иных странах, целесообразности их использования для выработки стратегий развития футбола. В любом случае, дифференциация стран-членов ФИФА по уровню развития футбольного мастерства, позволит более системно проанализировать эволюцию одних стран, выявив факторы их прогресса, и установить причины застоя или потери лидерских позиций других.

Проведенная работа по формированию методологии, методики и модели формирования индекса развития футбола в странах-членах ФИФА позволяет построить «дорожную карту» дальнейших прикладных исследований в данной области. Пионерский характер самой работы и амбициозность поставленной задачи, прогнозируемые трудности в поиске достоверных данных для расчетов и полученные результаты предполагают прежде всего глубокое осмысление содеянного. Наряду с интерпретацией каждой группы показателей: спортивных достижений, условий для его развития требуется дальнейшая аргументация и научно-практическое обоснование как сформированных критериев, так и расчетной модели и использованных в ней коэффициентов и формул.

Найденный консенсус в конвенциональном понимании выбранной триады (спортивные достижения, популярность футбола в стране и условия для его развития) предопределил и направления поиска исходной информации, необходимой для реализации алгоритма расчетов сводного индекса развития футбола. При этом, выбранные после многократных обсуждений критерии на данном этапе исследования являются компромиссом, учитывающим возможность получения достоверной и полной информации по странам-членам ФИФА и задачей отражения реального положения дел в странах в вопросе футбольного развития.

Главное направление дальнейшего исследования в этой области будет связано с установлением и развитием прямой коммуникации с национальными футбольными федерациями, маркетинговыми и аналитическими агентствами в спорте, научно-исследовательскими институтами и ФИФА. Подобная связь позволит, с одной стороны, проверить достоверность исходной информации, а с другой – совершенствовать саму методологию.

Именно в этих двух направлениях: повышение достоверности и расширение объема используемой исходной информации; совершенствование методологии и методики формирования индекса развития футбола в странах-членах ФИФА, на взгляд авторов, и будет развиваться исследование в данной области.

### Библиографический список

1. Воробьев А.И., Солнцев И.В., Построение системы рейтингов в современном футболе, *Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова*, - М.: №3 (69) 2014, стр. 110-120
2. Neumayer E. The human development index and sustainability—a constructive proposal // *Ecological Economics*. – 2001. – Т. 39. – №. 1. – С. 101-114.
3. Chelladurai P, Haggerty TR, Measures of organizational effectiveness of Canadian national sport organizations, *Canadian Journal of Sport Sciences*, 1991, 16(2):126-133
4. Dimitra Papadimitriou<sup>1</sup>, Peter Taylor, Organisational Effectiveness of Hellenic National Sports Organisations: A Multiple Constituency Approach, *Sport Management Review*, Volume 3, Issue 1, May 2000, Pages 23–46
5. Angela Koh-Tan, The determinants of effectiveness of sporting associations in Singapore, *Managing Leisure* Volume 16, Issue 3, 2011
6. Richard Wolfe, Larena Hoeberb & Kathy Babiak, Perceptions of the effectiveness of sport organisations: The case of intercollegiate athletics. *European Sport Management Quarterly* Volume 2, Issue 2, 2002
7. Alexander, D. L. & Kern W. (2004). The economic determinants of professional sports franchise values. *Journal of Sports Economics*, 5(1), 51-66.
8. Kranke M. Simon Kuper and Stefan Szymanski *Soccernomics: Why England Loses, Why Germany and Brazil Win, and Why the US, Japan, Australia, Turkey—And Even Iraq—Are Destined To Become the Kings of the World’s Most Popular Sport*. – 2012.
9. Lasek J., Szlávik Z., Bhulai S. The predictive power of ranking systems in association football // *International Journal of Applied Pattern Recognition*. – 2013. – Т. 1. – №. 1. – P. 27-46.

~ A. Vorobyev, I. Solntsev, N. Osokin

~ **The application of ranking models for assessing the level of football development in FIFA-member countries**

~ **Abstract:**

~ This articles aims to determine the key performance indicators which benefit football development and then consolidate the findings in a unified ranking which will include all 209 FIFA-member countries. 11 criteria were used in total. These criteria were clustered in 3 main groups: on-pitch performance, football popularity and football environment. The results of this research will provide National Football Associations with a conventional tool for assessing their ongoing football development activities, identifying weak points as well as benchmarking the best global practices. In addition, the provided ranking can be used by FIFA and continental football federations for a more objectified approach towards the allocation of funding.

~ **Keywords:** FIFA, rankings in sport, football development, efficiency in football, sports economics, football economics, sports management

**УДК 339.132.024**

**А.Д. Гилева**

ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет»,  
Челябинск, Россия.

## **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ИМИДЖА ФЕДЕРАЛЬНОГО ЦЕНТРА СЕРДЕЧНО-СОСУДИСТОЙ ХИРУРГИИ (Г. ЧЕЛЯБИНСК)**

**Аннотация.** Предложена программа разработки оптимизации имиджа, целью которой явилось улучшение внешней политики ФЦССХ (г. Челябинск). Основной упор в этом сделан на модернизацию официального сайта и корректировку внутренних стендов Челябинского кардиохирургического центра.

**Ключевые слова:** программа, имидж, сайт, стенды

Одним из новых стратегических направлений в области маркетинга является управление имиджем учреждений здравоохранения [1, 2, 3].

Имидж Федерального центра сердечно-сосудистой хирургии (ФЦССХ) города Челябинска в условиях современной межрегиональной конкуренции становится одним из важнейших ресурсов экономики. Положительная репутация улучшает социальную сферу, привлекает инвестиции и трудовые ресурсы, способствует развитию кардиохирургической помощи.

Объектом данной работы является имидж ФГБУ «Федерального центра сердечно-сосудистой хирургии» г. Челябинска в условиях роста потока пациентов.

Предметом являются рекламные и PR-технологии в медицинской сфере на примере центра ФГБУ «Федерального центра сердечно-сосудистой хирургии» города Челябинска [4].

В нашей программе описана коммуникационная стратегия, за реализацией которой появится правильное продвижение услуг.

Целью нашей программы является улучшение имиджа [5, 6, 7] ФЦССХ (г. Челябинск) за счет проведения PR-мероприятий.

Задачи, которые необходимы для достижения поставленной цели:

- разработать коммуникационную стратегию;
- определить целевую аудиторию;
- описать особенности креативной стратегии;
- оценить эффективность программы;
- расчет бюджета.

Цель нашей коммуникационной стратегии – повышение осведомленности пациентов о предоставлении полной информации



предоставляемых услугах. Мы предлагаем наши рекомендации по модернизации и PR-продвижению сайта, а также эскизы информационных стендов для отделения рентгенохирургических методов диагностики и лечения, так как оснащенность ими является важным элементом имиджа. За счет этого кардиоцентр в действительности выйдет на высокий уровень позиционирования предоставления высококвалифицированных услуг и помощи, тем самым улучшится его имидж в глазах пациентов.

Для достижения поставленных задач использовались методы анкетирования (приложение А) и анализ.

Анкета разработана для пользователей сайта (пациентов). Выборка составила 30 человек. Предложенная анкета для письменного опроса пациентов вышеуказанного кардиоцентра включала 10 вопросов, из них 8 закрытых и 2 открытых. Больше вопросов данной категории лиц давать нежелательно ввиду того, что это больные люди, относительно тяжелые по состоянию кардиохирургического профиля и, соответственно, если задать много сложных вопросов, то резко снизится комплаентность (приверженность) к прохождению анкетирования.

С помощью данного метода исследования нам удалось выявить важные для пользователей разделы и услуги, слабые и сильные стороны сайта центра, пожелания больных. После проведения анкетирования следует отметить, что наглядность сайта была оценена средним баллом 4,0. Что касается степени трудности поиска необходимой информацией, то только 6 из 30 проанкетированных легко справились с этой задачей, для остальных данное действие было проблематичным.

Практически не обновляются новостные события (средний балл этого блока 2,7 балла), трудно подсчитать статистику посещения сайта (через другие статистические сайты – Приложение Б). Не удобен доступ к платным услугам (только через скачиваемый файл). Учитывая вышесказанное, можно отметить, что сайт кардиоцентра нуждается в модернизации.

Более 50% проанкетированных не нашли интересующей их информации о данном ЛПУ, что может быть обусловлено неполной информацией об отделениях, а также неразвернутой презентацией разделов о медицинских услугах в ФЦССХ (г. Челябинск). Кроме того, нет навигации по корпусам на сайте.

65% проанкетированных не нашли полной информации о врачах и среднем медперсонале ЛПУ, что свидетельствует о необходимости формирования раздела «специалисты», где можно подробно ознакомиться с сотрудниками изучаемого центра и их деятельностью.

Наиболее посещаемыми разделами сайта явились информация о врачах и средних медработниках Центра (67%), о предоставляемых услугах (75%), о платных услугах (35%), о порядке направления на бесплатное лечение в ФЦССХ (г. Челябинск).

Также нет информативных стендов в ФЦССХ (г. Челябинск), поэтому является актуальной их разработка, так же, как и модернизация сайта.

ФЦССХ (г. Челябинск) – это современное федеральное медицинское учреждение, конкурирующее по оказанию помощи с другими ЛПУ России и региона. Врачи и средний медперсонал постоянно повышают свою квалификацию, для ЛПУ закупается новое оборудование. Предоставление государственных квот делает оказание медицинской помощи в данном медучреждении бесплатным, что наряду с высоким качеством оказываемых услуг укрепляет имидж больницы в глазах населения. Активно развивается научно-исследовательская работа [8, 9, 10, 11, 12].

Деятельность в области PR на настоящий момент умеренно развита благодаря информации о ФЦССХ (г. Челябинск) в средствах СМИ, докладах на медицинских конференциях, симпозиумах, международных конгрессах, но основой PR-инструмент – это официальный сайт кардиоцентра. Данная версия сайта требует модернизации и PR-оптимизации. Для исследования настоящего состояния сайта нами проводился SEO-анализ сайта. При этом оценивались следующие характеристики: контактная информация, соотношение текстовой и визуальной информации, незначимые элементы, технические показатели сайта, индексация, эффективность продвижения сайта, распределение товаров и услуг, обновление новостных событий, внешние ссылки. Учитывая вышесказанное, работа сайта на настоящий момент является неудовлетворительно. Согласно результатам наших исследований составлена таблица трендов, в которой представлен схематичный вывод с обозначением слабых сторон сайта.

В нашей программе мы используем PR-технологии по налаживанию связей с общественностью [13, 14]. Подробное описание рекомендаций и мероприятий по модернизации представлено в приложении В.

При разработке креативной стратегии по созданию макетов информационных стендов мы использовали три составляющие элемента: текстовый, художественный и технический. При составлении композиции, выбора цветов и шрифтов мы опирались на представленные стенды внутри здания медицинского центра. Ниже подробнее рассмотрим особенности создания каждого стенда.

Первый стенд «Лечебный режим дня в отделении» (приложение Г1). В нем представлен подробный часовой режим пациентов Агiаl, находящихся на постоперационном периоде в отделении рентгенохирургических методов диагностики и лечения. По цветовой гамме не было никаких отклонений от общей концепции других уже имеющихся стендов: Фон стенда окрашен в светло-бежевый цвет, двухцветная рамка (красный и светлый зеленый), название выполнено в чистом красном цвете шрифтом Times New Roman, а также в верхнем правом углу в обязательном порядке изображен логотип кардиоцентра.

Второй стенд «Условия пребывания пациентов в кардиохирургических отделениях центра» (Приложение Г2) Этот стенд будет доминирующим, так как в нем представлена не только информация об условиях пребывания, но так же имеются карманы для вложения фотографий лиц старшего и среднего персонала отделения рентгенохирургических методов диагностики и лечения. Текст создан опираясь на информацию сайта, откуда взяты и фотографии. Цветовое решение, композиция и шрифты остаются неизменными.

Третий стенд «Условия пребывания пациентов в кардиохирургических отделениях центра» (Приложение Г3) В тексте описаны общие условия по всем отделениям. Остается неизменной композиция, цветовая гамма и шрифты.

Четвертый стенд «Наши достижения» (Приложение Г4) Этот стенд является продолжением второго, планируется заполнять пустые карманы фотоотчетами о проведенных новых операциях, любые достижения врачей данного отделения и др. Сохраняется композиция, шрифты и гамма.

Расчет бюджета программы оптимизации имиджа представлен в таблице 1.

Таблица 1  
Расчет бюджета программы оптимизации имиджа ФЦССХ  
(г. Челябинск)

	<b>Мероприятие</b>	<b>Стоимость (руб.)</b>
	Работа дизайнера сайта	5000
	Изготовление информационного стенда	4*10000=40000
	Итого:	45000

После реализации PR-кампании необходимо провести оценку её эффективности. Для того чтобы оценить эффективность проведённой PR-кампании необходимо провести анализ результатов, собранных по окончании её проведения.

Мы выбрали метод оценки эффективности по качественным и количественным показателям. Коммуникационная стратегия была направлена на PR-продвижение сайта, касаемо предоставления актуальной информации деятельности специалистов, предоставляемых услугах и новостных событиях кардиоцентра.

Таким образом, представленная программа по модернизации сайта улучшила имидж ФЦССХ (г. Челябинск), что в частности проявилось в увеличении степени доверия пациентов к этому кардиохирургическому учреждению, в возрастании количества посещения сайта.

Внедрение предложенных нами макетов информационных стендов увеличило информированность больных о внутреннем распорядке учреждения, его отделениях и сотрудниках, что повысило внешний имидж ФЦССХ (г. Челябинск) в глазах пациентов.

## ВЫВОДЫ

1. Предложенная нами модернизация сайта ФЦССХ (г. Челябинск) увеличила частоту посещаемости и время нахождения на сайте этого ЛПУ, что увеличило имидж Челябинского кардиоцентра.

2. Разработанные нами макеты стендов для отделения рентгенохирургических методов диагностики и лечения дополнили и улучшили корпоративный имидж.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

Анкета удовлетворенности качеством сайта ФЦССХ (г. Челябинск)

1. *Полезен ли Вам сайт ФЦССХ (г. Челябинск)?* Да нет (нужное подчеркнуть)

2. *Нашли ли Вы на сайте интересующую Вас информацию?* Да, нет (нужное подчеркнуть)

3. *При положительном ответе на 2 вопрос: информацию на сайте нашли: легко, с трудом* (нужное подчеркнуть)

4. *Необходимость имеющегося раздела on-line запись на консультацию к специалистам:* да, нет

5. *Интересуетесь ли Вы новостными событиями из жизни кардиоцентра:* да, нет

6. *Легко ли Вы нашли информацию о платных услугах?* Да, нет (нужное подчеркнуть)

7. *Достаточно ли представлена, на Ваш взгляд, информация о сотрудниках кардиоцентра?* Да, нет (нужное подчеркнуть)

8. *По 5 балльной системе оцените эстетическую (визуальную) сторону сайта* \_\_\_\_\_

9. *Какие разделы сайта Вас больше всего заинтересовали* \_\_\_\_\_

10. *Ваши рекомендации по оптимизации сайта* \_\_\_\_\_

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Посещаемость сайта ФЦССХ (г. Челябинск)

Статистика сайта: <http://www.cardiochel.ru>

Период	Посетителей	Просмотров страниц
За месяц:	3725	18688
За сутки:	174	750
За сегодня:	128	582

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

Таблица трендов по результатам исследования

Несоответствие нормам МЗ

Проблемы	Мероприятия	приоритет
Найти WEB-дизайнера	Открыть вакансию ответственного за разработку и обновление сайта	А
Корректировка структуры сайта (формат сайта)	Проектирование дизайн-макета с помощью модульной сетки – 2 или 3 колоночной.	В
Логическое построение страниц и разделов (линейки)	Использование системы аналогов при оформлении текста	В
	Разделение текста на небольшие абзацы с выделением главных моментов	В
	Гиперссылки должны быть рабочими и отличаться от основного текста	А
	Размещать главную и интересную информацию вверху страницы	А
	Доступный и простой язык изложения информации	А
	Вариант линейки: - о центре - услуги - пациентам - специалистам - новости - контакты - задать вопрос	В
Изменение системы навигации сайта	Различные виды меню (вертикальная и горизонтальная прокрутка)	В
	Навигационная строка	А
	Поиск по сайту	В
	Легкость возвращения на главную страницу	А
Добавление новых функциональных возможностей	Регистрация на сайте в личном кабинете	В
	Подписка на получение информации с сайта	В
	Создание англоязычной версии	В
	Создание версии для слабовидящих	А
Улучшение контента ресурса: написание и верстка текста, добавление иллюстраций, фотографий, цветовое	Изменение цветовой гаммы	В
	Фотогалерея, фотошоп	А
	3D-тур	В
	Использование иконок для выделения текста	А

	решение		
	Внедрение новых маркетинговых инструментов с целью получения дополнительных конкурентных преимуществ	Продвижение сайта и раскрутка в поисковых системах с помощью ключевых слов	A
		Размещение видеороликов в u-tub	A
		Создание мобильной версии сайта	A
		Анализ посещаемости сайта и его отдельных разделов	A
		Анкеты-опросники	B
		Возможность печати	B
		Организация и проведение вебинаров для пациентов и врачей	B
	Замена материалов	Постоянное сопровождение сайта: большинство информации на сайте устарело (не было обновления более 6 месяцев), поэтому есть необходимость обновления ее.	A
	Недостаток описания платных услуг	В разделе услуги следует отметить преимущества платных услуг.	A
0	Незнание статистики	Приходится прибегать к услугам других статистических сайтов чтобы отследить: количество посетителей сайта за месяц, за сутки, за сегодняшний день и время нахождения на каждом разделе информации из-за того что, на сайте не установлены «счетчики».	A

ПРИЛОЖЕНИЕ Г1  
Макет (лечебный режим дня)



## Лечебный режим дня в отделении

	<b>7:00</b>	Подъём
<b>7:00 -</b>	<b>7:15</b>	Утренний туалет
<b>7:15 -</b>	<b>8:00</b>	Термометрия, измерение АД, ЧСС
<b>9:00 -</b>	<b>11:00</b>	Посещение пациентов, приём передач
	<b>9:00</b>	Завтрак
<b>9:30 -</b>	<b>11:00</b>	Врачебный обход
	<b>11:00</b>	Второй завтрак
<b>11:30 -</b>	<b>13:00</b>	Процедуры
	<b>13:00</b>	Обед
<b>14:30 -</b>	<b>16:00</b>	Тихий час
	<b>16:00</b>	Полдник
<b>16:00 -</b>	<b>19:00</b>	Посещение пациентов, приём передач
	<b>18:00</b>	Ужин
	<b>19:00</b>	Термометрия, измерения АД, ЧСС
	<b>21:00</b>	Второй ужин
	<b>22:00</b>	Сон



## ПРИЛОЖЕНИЕ Г2

Макет (условия пребывания пациентов в кардиохирургических отделениях центра)



### Условия пребывания пациентов в кардиохирургических отделениях центра

В случае необходимости проведения хирургического лечения, Вы будете госпитализированы в кардиохирургическое отделение Центра.

Территория отделения разделена на два блока с отдельными постами медицинских сестер. В отдельном блоке размещены перевязочные и процедурные кабинеты, ординаторские врачей, кабинеты заведующего отделением и старшей медицинской сестры, комнаты персонала.



Размещение пациентов производится в одно- и двухместные палаты с отдельными туалетными комнатами. В каждой палате имеется электронная кнопка экстренного вызова медицинского персонала (в том числе в душевой комнате).

Для Вашего удобства в палате предусмотрены шкаф для личных вещей, холодильник, сейф, телевизор, удобные тумбочки и столы [фото палаты 1 и 2 местной]. В помещениях отделения поддерживается необходимый температурный режим с помощью системы общего климат-контроля.

Для пациентов в Центре организована система 6-разового таблет-питания, предусматривающая



порционное формирование блюд в специальных термостойких контейнерах индивидуально для каждого пациента с приемом пищи непосредственно в палатах. Перевязочные и процедурные кабинеты оснащены всем необходимым оборудованием европейского качества. Использование только одноразовых стерильных материалов для ухода за послеоперационными ранами, минимизирует риск развития инфекционных осложнений в послеоперационном периоде.

В учреждении внедрена госпитальная информационная система, позволяющая вести медицинскую документацию пациентов в электронном виде, что позволяет в оперативном режиме получать необходимую информацию о состоянии пациента, данных его лабораторных и инструментальных методов обследования, выполненных назначениях врачей.

Каждому пациенту федерального кардиохирургического центра мы гарантируем персональный уход, внимание, заботу медицинского персонала и оказание высококвалифицированной медицинской помощи. Лечение в нашем Центре – это гарантия индивидуального подхода к лечению, оказание высококвалифицированной медицинской помощи, персональный уход и забота медицинского персонала.



### ПРИЛОЖЕНИЕ Г3

## Макет (условия пребывания пациентов в рентгенохирургическом отделении центра)



### Условия пребывания пациентов в кардиохирургических отделениях центра

**Наше**, один из самых перспективных направлений в медицине, активно развивается в Челябинске более 20 лет, но отечественное медицинское образование его специализацию выдает не в самостоятельную специальность рентгенохирургической хирургии. Без нее сегодня невозможно представить современную кардиохирургию и кардиологию. Благодаря бурному техническому прогрессу преобладают постановка и диагностика рентгенохирургических методов.

Сердечно-сосудистые заболевания широко распространены и занимают ведущие позиции в структуре заболеваемости и смертности населения. Практически каждый второй человек (54-56%) в России умерев от сердечно-сосудистой патологии. Ежегодно в мире гибнут около 17 миллионов человек от инфаркта миокарда и инсульта. В настоящее время кардиохирургия в России, в основном, именно этому социально значимому заболеванию кардиологии поставлена задача диагностики и лечения ИЦСС.



**Описание**  
При нарушении проницаемости коронарных артерий (буженки или стенозы) характерной по сути мере стенозирование является методом выбора и 70% случаев. Имплантация стента производится для восстановления нормального просвета сосуда и создания местного кардиального и коронарного артерии. Минимальные типы стентов имеют длину 10-15 мм, что позволяет проводить лечение в тех случаях, когда стеноз имеет локальный характер, позволяет подобрать для пациента лучшую тактику лечения. Это качество восстановления кровотока по полностью закрытым артериям, устранение порочных вращений в области артерий и более раннее вытекание, восстановление проницаемости пораженных артериями и венозных артерий после ранее выполненных аорто-коронарных шунтирований.

**Второй большой раздел нашей работы** — лечение пороков сердца. Как сейчас и в 80-е годы в технологический процесс сердечной врожденных и приобретенных пороков сердца. Например, также как, дефекты межпредсердной и межжелудочковой перегородок, другие патологические сообщения между верхней и артериальной системы, сужение артериального кольца и клапана легочной артерии, кардиопатия («рожденья перетяжки») аорты. Эти малоинвазивные операции имеют ряд существенных преимуществ перед традиционной хирургической коррекцией: короткий период восстановления, реабилитационный период, отсутствие необходимости кровопереливаний и длительного периода, отсутствие осложнений и др.

Наша линейка методов позволяет одновременно с коронарной патологией корректировать другие заболевания в области сердца и сосудов и в атеросклеротических поражениях, принципиально влияющих на прогноз заболевания это сужение почечных сосудов и артерий головного мозга.



**Риски инсульта**  
Артериальная гипертензия является одним из факторов риска развития мозговой болезни сердца. Как известно, одной из причин высокого давления является сужение почечных артерий, которые почти всегда возникают у пациентов с атеросклерозом. Сужение артериального давления происходит уже в течение первых недель после вмешательства, обычно в период от одного до трех дней.

Поражение ветвей дуги аорты — сосуда, кровоснабжающая головной мозг, также является достаточно распространенной проблемой среди наших пациентов с заболеваниями атеросклеротическим поражением. Чаще всего непроходимость этих сосудов возникает в области дилатации общей сонной артерии с переходом на начальные отрезки ветвей артерий сонной артерии.

Стереотерапия при этих заболеваниях также проводится в рамках обычных лечебных мероприятий, причем в ряде клинических ситуаций предпочтительнее именно стереотерапия. Речь идет о случаях неадекватности проведения стереотерапии вмешательства при различных воспалительных, травматических изменениях в зоне предполагаемой операции.

Мы всегда рады проконсультировать пациентов и их родственников. Безусловно, дистанционно, но более подробно.



**Оценывая результаты собственной работы мы убеждены в том, что возможности современной рентгенохирургии в плане лечения различных патологий сердечно-сосудистой системы весьма широки. Для подтверждения этого достаточно практически все отделы сердечно-сосудистой системы. Операции проводятся через прокол в артерию или вену, под местным обезболиванием. Это позволяет пациентам избежать длительного периода вмешательства ходить и возвращаться к активной жизни.**

Подготавливает отделение Пискунов Сергей Анатольевич, врач высшей категории, рентгенохирург с 22 летним стажем работы. Владеет всеми спектром существующих на данный момент рентгенохирургических лечебных методов. Еще несколько лет назад такие сложные врожденные пороки сердца, как дефекты межпредсердной, межжелудочковой перегородок, стеноз клапанной артерии, легочной артерии и др. невозможно было устранить только с помощью открытой операции. Сергей Анатольевич — кандидатский в Челябинской области врач, имеющий многолетний собственный опыт интеркатетерного лечения этих заболеваний (имплантация более 140 окклюдеров всех типов). Также занимается лечением этих заболеваний пациентами горадопелеч.

Доктора отдаленно постоянно повышают уровень квалификации, участвуя в российских и международных мастер-классов, симпозиумах, учебных курсах.

Ф.И.О. ДОЛЖНОСТЬ

Ф.И.О. ДОЛЖНОСТЬ

Ф.И.О. ДОЛЖНОСТЬ

Ф.И.О. ДОЛЖНОСТЬ

### ПРИЛОЖЕНИЕ Г4

## Макет (наши достижения)



## Наши достижения

### Библиографическият списък

1. Алешина, И. Б. Корпоративный имидж: стратегический аспект/ И.Б. Алешина // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. - №1. - С. 44-50.
2. Ахтямов, Т.М. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия / Т.М. Ахтямов, В.Д. Шкардун // Маркетинг в России и за рубежом - 2001. - №3. - С. 53-58.
3. Васильева, Т.П. Методика изучения, состояние и роль имиджа медицинского учреждения в управлении качеством медицинских услуг / Т.П.Васильева, В.Г. Костин, И.Н. Каграманя, Осипов М.Ю., А.И. Живой // Информационно-аналитический вестник «Социальные аспекты здоровья населения». - Режим доступа: <http://vestnik.mednet.ru/content/view/210/30>.
4. Окольнішнікова, І.Ю. Персоналізовані маркетингові комунікації як інструмент залучення споживачів до взаємодії з компанією: навчальне посібник / І.Ю. Окольнішнікова, Д.С. Скарєв. - Челябінськ: Видавничий центр ЮУрГУ, 2012. – 38 с.
5. Семенова, Л.М. Профессиональный имидж: учебно-методический комплекс / Л.М. Семенова. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2005. – 20 с.
6. Семенова Л.М. Введение в имиджологию: учебно-методический комплекс. – Челябинск: ЮУрГУ, 2003. – 12 с.
7. Семенова Л.М. Корпоративный имидж: учебно-методический комплекс. – Челябинск: ЮУрГУ, 2005. – 19 с.
8. Сафронова, Э.А. Автономная кардионевропатия при ишемической болезни сердца / Э.А. Сафронова, Т.Ф. Миронова, Д.А. Учайев // Клиническая медицина. – 2013. – №8(91). – С.25-28.
9. Сафронова, Э.А. Реакция на изосорбида динитрат и гистоморфологические особенности синоатриального узла у пациентов с автономной кардионейропатией на фоне ишемической болезни сердца / Э.А. Сафронова, С. Л. Сашенков, А.Н. Горфинкель, А.Г. Хоружев // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Образование, здравоохранение, физическая культура». – 2012. – №42 (301). - С. 77-82.
10. Сафронова, Э.А. Гистоморфологические особенности синоатриального узла у умерших пациентов с ишемической болезнью сердца / Э.А. Сафронова, Е.В. Давыдова, А.Н. Горфинкель, Л.Г. Запольских, Т.А. Соколова, И.М. Шадрин // Научный альманах. 2015. № 4 (6). С. 243-247.
11. Сафронова, Э.А. Особенности гистологической структуры синусового узла у пациентов с автономной кардионейропатией на фоне ишемической болезни сердца / Э.А. Сафронова, И.М. Шадрин // Вестник Челябинской областной клинической больницы. – 2012. - №3 (18). – С. 101-105.
12. Сафронова, Э.А. Гистоморфологические особенности проводящей системы сердца при нестабильной стенокардии / Э.А. Сафронова, Е.В. Давыдова, И.М. Шадрин, Т.Ф. Миронова, В.А. Мионов, Л.П. Лозовая, О.А. Федорова, Л.Г. Запольских, В.К. Яндимирова // Сборник трудов III Евразийского конгресса кардиологов (20.02.14-21.02.14). – Москва, 2014. – С. 63.
13. Спиллейн, М. Создайте свой имидж /М. Спиллейн. – Москва, ИНФРА-М, 1996. – 23 с.
14. Родионова, В.Н. Менеджмент в здравоохранении в новых экономических условиях /В.Н. Родионова, Ю.П. Лисицын // Экономика и управление здравоохранением. - М., 1993. - С. 43-83.

**УДК 658.5.011****Д.В Гурман**

Санкт-Петербургский государственный университет  
аэрокосмического приборостроения, Санкт-Петербург, Россия.

## **РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ ЭВОЛЮЦИИ ИНСТРУМЕНТОВ И МЕТОДОВ, СОСТАВЛЯЮЩИХ ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ СИСТЕМУ**

**Аннотация.** В статье рассматриваются существующие подходы к построению производственной системы на основании анализа отечественной и зарубежной практики. Показана взаимосвязь производственной системы с ИСО 9001. Разработана таблица с анализом внедрения производственной системы на некоторых российских предприятиях.

**Ключевые слова:** производственная система, бережливое производства, инновации, инновационный подход.

В связи с падением российского промышленного производства в мае 2015 года на 5,5 % [1] возникла необходимость внедрения на предприятиях страны инновационных подходов, призванных повышать эффективность производства, а, следовательно, конкурентоспособность отечественных товаров и услуг.

На сегодняшний день существует несколько видов инноваций по области применения: технологические; организационно-управленческие; экономические; маркетинговые; социальные; экологические; информационные [2].

К организационно-управленческим инновациям относится производственная система, которая приобретает все большую и большую популярность среди компаний. Поэтому актуальным становится задача ретроспективного анализа эволюции подходов и методов этой системы.

В рамках процессного подхода, «производственную систему» (англ. production system) можно охарактеризовать как метапроцесс, использующий ресурсы предприятия для преобразования вводимого фактора производства («вход») в производимую предприятием продукцию («выход») [3].

Предпосылками для формирования такой системы стали различные методы и подходы, которые поначалу существовали по-отдельности и отвечали за определенные области производства. Например, такие как: международные стандарты ИСО 9001; теория ограничений (ТОС); шесть

сигм; проектный менеджмент; бережливое производство; Agile и др. Благодаря этим инструментам, которые стали фундаментом, и появилась единая система, названная производственной.

Впервые понятие «бережливое производство» («lean production») было употреблено исследователем Джоном Крафчиком (John Krafcik), участвовавшим в международной программе «Автомобили», которая была организована крупнейшими автомобилестроительными компаниями в 1985 году в США в результате успешного выхода компании Toyota на американский рынок [4]. При переводе на русский язык словосочетание («lean production») означает «рачительное производство», «гибкое производство» и «малозатратное производство», которое вкупе с «бережливым» отражает всю суть [4].

Концепция бережливого производства тойоты (Toyota Production System) была основана в 50-х годах 20 века директором завода, Тайити Оно. Причиной разработки нового подхода на предприятии послужило массовое производство, которое исчерпывало свое изначальное предназначение и было не пригодно на местном рынке. Основываясь на разных опытах, Т. Оно разработал ряд принципов: «точно вовремя» - для каждого процесса производится только то, что требуется для следующего этапа; «канбан» - метод снабжения производства деталями; «дзидока» – интеллектуальная автоматизация, «андон» - сигнальная система для остановки линии в случае обнаружения любого отклонения в процессе; «генчи генбуцу» - личное присутствие и изучение процесса, результата производства для понимания производственной системы или проблем [5].

Тойота в течении 30 лет шла к успеху, не выходя за пределы Японии. И только в 80-е годы ошеломила всех своей производительностью и качеством продукции, что привлекло большой интерес фирм на мировом, так и на российском рынке.

Российские компании долгое время предостерегались нововведений за рубежом и использовали, как платформу - массовое производство. Но вскоре, на смену пришли международные стандарты ИСО 9001, основанные на процессном подходе, описывающие элементы, которые должна включать система качества, но не раскрывающие способы внедрения конкретной организацией этих элементов. В связи с этим, предприятия, не имея наглядного опыта, не смогли достичь больших результатов и оставались на том же уровне развития. Выполнение требований стандарта – послужило хорошим началом для работы предприятий по совершенствованию качества и развития производственной системы.

Так, первооткрывателем в России стала компания «ГАЗ», которая в конце 2003 года подписала приказ о внедрении новой системы производства. На тот момент организация была на грани банкротства и требовались радикальные изменения. На помощь были приглашены

консультанты из американской консалтинговой компании «Йомо», основной задачей которых стало сокращение материальных расходов, себестоимости готовых машин и рост производительности труда, качества продукции и зарплат сотрудников. Для эксперимента был выделен пилотный участок по сбору кабин, сотрудники ежедневно учились применять инструменты системы бережливого производства и стали наставниками для других секторов предприятия. В качестве базовых были сформулированы четыре принципа: «думай о заказчике», «люди – наш самый ценный актив», «кайдзен», «принятие решений непосредственно на производственной площадке, где возникли проблемы». В результате успешного внедрения новая система организации труда получила свое название Производственная система ГАЗ [6].

Следующими последователями стали компании «РусАЛ» и «КАМАЗ», которые начали внедрение системы в 2006 году. Вооружившись опытом Тойоты и ГАЗа, стремились стать лидерами мирового уровня. Естественно, внедрение производственной системы имело свои сложности и приходилось терпеть неудачи. Например, в период перехода к новым концепциям работа определенного количества людей была заменена механической составляющей, что безусловно вызвало недовольство среди рабочих. Также не все сотрудники обладали гибкостью мышления, позволяющее быстро осваивать новые подходы, и вследствие этого, у одних получалось лучше, у других хуже, тем самым сильно варьировалась производительность труда. Но компании справились с возникшими трудностями и добились хороших результатов: снизили запасы цехов и уровень брака; сократили время переналадки оборудования; уменьшили используемые площади; достигли роста производительности труда и эффективности производства [7, 8].

Немного позже, в октябре 2008 года, Сбербанком России было тоже принято решение о внедрении бережливого производства. А причиной стали следующие недостатки компании: низкое качество обслуживания, низкий уровень производительности труда, слабые стороны корпоративной культуры, усиление конкуренции на российском финансовом рынке, риск опережающего роста затрат по отношению к доходам банка и т.д. Изучив успешный опыт ГАЗа, было выделено три пилотных сектора, в которых началась модернизация процессов, ориентированных на устранение не добавляющую ценности для клиентов деятельность и создавая критическую массу менеджеров, разделяющих идеологию непрерывного совершенства. Относительно «Сбербанка» и других предприятий в сфере услуг, проблема внедрения заключается в том, что инструменты бережливого производства имеют не полный спектр применения, в отличие от промышленных предприятий. Компании пришлось адаптировать концепции новой производственной системы под свою сферу деятельности, с чем она справилась успешно [9].

Использование производственной системы значительно облегчило процесс производства и среди других российских компаний: СИБУР, ОМЗ, Иркут, Росатом, ЕвразХолдинг, Еврохим, КУМЗ и др. Основой которых стали инструменты, такие как: система менеджмента качества (не ограничившись ISO); TOYOTA PRODUCTION SYSTEM; принципы Бережливого производства; подходы ЛИН-менеджмента; системы КАЙДЗЕН, 5С, TPM, KANBAN, JIT, 6 сигм; систему PPS (планирование и управление производством); концепцию SCM (управление цепочками поставок); систему оптимизации затрат и минимизации потерь [6]. Ознакомиться с анализом внедрения производственной системы на некоторых российских предприятиях можно в таблице 1 [10,11,12].

Таблица 1 – Анализ российского опыта внедрения производственной системы

Наименование компаний	Год внедрения ПС	Используемые инструменты	Результаты
Группа ГАЗ	2003	«точно вовремя»; «кайдзен»; TPS; 5 С	Рост выпуска продукции; производительность труда; сокращение количества брака; уменьшение времени прохождения по сборочной линии.
РусАЛ	2006	«Гемба»; «точно вовремя»; TPM; «джидока»; «кайдзен»; TPS	Снижение запасов цеха; сокращение количества времени, требуемого для переналадки оборудования; повышение производительности труда; рост продаж; уменьшение используемого пространства.
КАМАЗ	2006	«картирование», «канбан», 5С, TPM, «кайдзен»	Снижение уровня брака; увеличение скорости выпуска продукции; сокращение используемых площадей; достижение экономического эффекта.

Росатом	2008	TPS ; «кайдзен»	Повышение производительности труда; снижение затрат на производство продукции; сокращение сроков изготовления изделий
Сбербанк	2008	5С, «картирование», TPS	Рост продаж; сокращение очередей; снижение длительности рабочих процессов
СИБУР	2011	6 сигм, 5 С, «Канбан», СОП,	Стали лидерами нефтехимической отрасли в РФ; повысили эффективность производства; стандартизировали рабочие места
Группы ОМЗ	2013	5 С, ТОП, 6 сигм	Повышение производительности труда; сокращение операционных потерь; совершенствование рабочих мест; уменьшение оборотных средств.

В заключении, хочется отметить, что в России производственная система имеет огромную перспективу развития, если организации не будут бросаться сразу в «омут с головой», а наоборот, плавно и осознано будут совершать переход к новым методам. Также понимая, что опыт зарубежных компаний копился десятками лет и внедрялся под свою экономику, менталитет, особенности территориального расположения, сферы деятельности и т.д., поэтому получить за пару месяцев огромный результат невозможно, но благодаря ответственному внедрению производственной системы, предприятия смогут сохранить конкурентоспособность в современных условиях, увеличить производительность труда, улучшить качество товаров и услуг, снизить издержки, минимизировать потери и выйти на мировой рынок, исключая при этом ошибки других компаний.

#### Библиографический список

1. Федеральная служба государственной статистики. О промышленном производстве в январе – мае 2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 28.07.2015)
2. Грандарс. Инновационный менеджмент: Классификация инноваций [Электронный ресурс]. URL: [www.Grandars.ru](http://www.Grandars.ru) (дата обращения 27.07.2015).

3. Тушавин В.А. Производственная система как интегрированная система менеджмента качества: роль информационных технологий // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2014. № 12. С. 54-59.
4. James P. Womack, Daniel T. Jones. Бережливое производство: Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. – М.: Альпина Паблишер, 2013
5. Jeffrey K. Liker. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира. – М.: Альпина Паблишер, 2012
6. Группа ГАЗ. Производственная система «ГАЗ» - эволюция мышления [Электронный ресурс]. URL : <http://gazgroup.ru/> (дата обращения : 27.07.2015).
7. РУСАЛ. Производственная систем РУСАЛа [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rusal.ru/> (дата обращения 11.07.2015)
8. И.П. Медведев, А.М. Зырянов Производственная система на основе философии бережливого производства и практического опыта ОАО «КАМАЗ» [Электронный ресурс]. URL : <http://lean-academy.ru/> (дата обращения 28.07.2015)
9. Ривелти групп. Презентация производственной системы Сбербанка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rivelly.ru/> (дата обращения 27.07.2015)
10. Гордин М. В. СИБУР, и производственная система СИБУР [Электронный ресурс]. 2015. URL: <http://www.slideshare.net/GregoryBaev/ss-45144505> (дата обращения 10.07.2015).
11. РОСАТОМ. Актуальные проекты: Внедрение Производственной системы Росатома (ПСР) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rosatom.ru/> (дата обращения 26.07.2015)
12. Управление производством. Производственная система Группы ОМЗ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.up-pro.ru/> (дата обращения 26.07.2015)

}} Gurman D.

**Abstract:** The article examines the existing approaches to the construction of a production system based on an analysis of national practices. The interrelation of the production system to the ISO 9001. A correspondence table meet the requirements for production system in the implementation of some Russian enterprises.

**Keywords:** Production System, Lean manufacturing, innovation, innovative approach.



УДК 338.984

С. В. Данилова

Нижневартовский экономико-правовой институт (филиал) Тюменского государственного университета, Нижневартовск, Россия

## БЮДЖЕТИРОВАНИЕ - РЕАЛИЗАЦИЯ КОНТРОЛЬНО-ПЛАНОВОЙ ФУНКЦИИ НА НЕФТЕГАЗОДОБЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

**Аннотация.** Глобальная модернизация экономических процессов, направленная на совершенствование производства, сокращение необоснованных расходов, требуют реформирования, прежде всего финансового управления. Одним из основных инструментов современного управленца является процедура планирования, но планирование сориентированного на достижение положительного финансового результата не только через увеличение объемов производства, но и с помощью сокращения необоснованных затрат. Система бюджетного планирования способствует реализации и планово-экономической функции, но и контрольной, так как в ней применяются инструменты согласования и корректировки.

**Ключевые слова:** бюджетирование, планирование, контроль, нефтяные предприятия.

Одним из параметров успешности любого бизнеса были и остаются планы. В настоящее время внедрением планирования пренебрегает только малый бизнес, функционирующий только ради одномоментного получения прибыли, а все крупные российские и иностранные предприятия регулярно формируют планы и прогнозы развития на перспективу до 25-30 лет. Можно констатировать, что достаточная популярность и масштабное внедрение планирования свидетельствует об эффективности данного процесса.

Система планов всегда подразделялась на три группы: краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные. Особым приоритетом в современной действительности пользуется формирование планов на срок от 1 года до 5 лет. Востребованность именно этого временного интервала объясняется наличием в современной экономической науке достаточно проработанных алгоритмов расчета планов на срок до 5 лет и большей предсказуемостью экономической ситуации на отрезок от 1 – 5 лет.

Последние 10 лет на крупнейших российских нефтегазодобывающих предприятиях стала внедряться новая группа планов – краткосрочных, таких как бюджет. Следует понимать принципиальное отличие классических планов, от системы бюджетов компаний и их подразделений.

Предпосылками формирования бюджетов нефтяных предприятий послужили Методические рекомендации по реформе предприятий (организаций) утвержденные Приказом Минэкономки РФ от 01.10.97 г. №118. Рекомендации были сформированы во исполнение Постановления Правительства РФ от 28. 08. 1997 г. №1081 «О ходе выполнения и задачах Правительства РФ по реализации Послания Президента РФ Федеральному собранию «Порядок во власти – порядок в стране» и Программы Правительства РФ «Структурная перестройка и экономический рост в 1997 – 2000 годах».

В Методических рекомендациях отдельным блоком выделен раздел посвященный планированию – «Управление финансами. Организация системы финансового планирования деятельности предприятия» [1].

Согласно рекомендациям, предприятиям следует создавать иерархическую систему бюджетов, включающую бюджеты отдельных структурных подразделений, помимо бюджетов цехов и отделов требуется формировать сквозные бюджеты по отдельным статьям (функциональным бюджетам):

- бюджет фонда оплаты труда;
- бюджет материальных затрат;
- бюджет потребления энергии;
- бюджет амортизации;
- бюджет прочих расходов;
- бюджет погашения кредитов;
- налоговый бюджет [1].

Экономическое развитие, глобализация производственных процессов, ускорение темпов роста промышленности позволяют утверждать, что Методические рекомендации, разработанные более чем 15 лет назад, не отвечают современным потребностям достижения задач планирования на предприятии. Подтверждением этого является проведенное исследование бюджетов отдельных отечественных нефтегазодобывающих предприятий, которое осуществлялось с применением общенаучных методов исследования (метод системного анализа, статистический метод), а также методов научного наблюдения (группировка, обобщение, выборка и сравнение).

Современная система бюджетов отдельных нефтегазодобывающих предприятий формируется не только из статей затрат по отдельным подразделениям, но и с учетом достижения определенных количественных параметров, являющихся существенным для данного цеха или отдела. Например, для цеха добычи нефти натуральным основным параметром функционирования становится объем добычи нефти, а для цехов поддержания пластового давления – это количество произведенных ремонтов оборудования.

Обобщенный вариант бюджетов отдельных структурных составляющих нефтедобывающего предприятия представлены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1  
Пример бюджета нефтедобывающего цеха

Цех нефтедобычи	План	Коррек- тировка	Уточ- ненный план	Факт	Откло- нение	Объяснение причин отклонения
<i>в тыс.рублей</i>						
1. Электроэнергия						
2. Капитальный ремонт						
3. Текущий ремонт						
4. Автотранспорт						
5. Сотовая связь						
<i>В натуральных единицах</i>						
1. Электроэнергия, мощность						
2. Электроэнергия, потребление						
3. Количество скважин						
4. Объем добычи нефти						

Таблица 2  
Пример бюджета цеха поддержания пластового давления

Цех ППД	План	Коррек- тировка	Уточ- ненный план	Факт	Откло- нение	Объяснение причин отклонения
<i>В тыс.рублей</i>						
1. Материалы						
2. Электроэнергия						
3. Капитальный ремонт скважин						
4. Текущий ремонт скважин						
5. Автотранспорт						
6. Сотовая связь						
<i>В натуральных единицах</i>						
1. Электроэнергия, мощность						
2. Электроэнергия, потребление						
3. Количество текущих ремонтов скважин						
4. Количество капитальных ремонтов скважин						

С учетом бюджетов цехов предприятия, формируется сводный бюджет хозяйствующего субъекта, включающий все статьи и производственные показатели структурных бюджетов.

Бюджетирование, как форма планирования нефтегазодобывающих предприятий, применяется не только и не сколько для формирования именно планов структурных подразделений, а скорее для реализации контрольной функции и сокращения неэффективных цеховых расходов. Данный тезис очевиден и сформировался на основе выявленных процедур:

- бюджеты формируются на срок не более года с разбивкой помесячно;
- наполняемость бюджетов (статьи затрат и натуральные показатели) не отражают всех расходов относящихся на цех (например, заработная плата, амортизация, коммунальные услуги и т.д.);

- плановые показатели по статьям затрат предоставляют не сами структурные подразделения с учетом специфики личного функционирования, а соответствующие компетентные отделы, ответственные за соответствующие направления (например, отдел материально-технического обеспечения по статье «Материалы»);

- статьи, включаемые в бюджеты, являются наиболее весомыми во всей структуре затрат подразделения (например, для цеха добычи нефти, в связи с использованием нефтяного оборудования подключаемого к сетям электроснабжения – это электроэнергия);

- бюджеты подвергаются постоянной корректировке через служебные записи от начальников цехов и подразделений, содержащих информацию об обосновании необходимости увеличения затрат по отдельной статье (например, цеха поддержания пластового давления увеличивают расходы по статье «Материалы» с целью произвести дополнительный ремонт нефтяного оборудования);

- в бюджетах отдельными строками выделяются показатели в натуральных величинах, которые способствуют обоснованию роста затрат (например, рост по статье «Материалы» должен сопровождаться увеличением количества ремонтов скважин).

Система бюджетов на нефтяных предприятиях – это достаточно эффективный механизм реализации, скорее контрольной компетенции акционеров, чем плановой. Незначительный срок формирования бюджетов (до 1 года) не позволяют проследить динамику развития отдельных структур предприятий, а ограниченная наполняемость бюджета в разрезе статей сужает эффективность бюджетного планирования. Кроме того, в бюджетном планировании допускается наличие значительных отклонений фактических показателей от плановых с обязательным обоснованием причин возникших расхождений.

Контрольная, а не планово-экономическая, функция бюджетов более прозрачно прослеживается в сложившихся процедурах согласования и

утверждения бюджетов структурных подразделений, а также через механизм внесения корректировок (поправок) в отдельные статьи посредством предоставления служебной записки от начальника цеха с объяснением причин необходимости увеличения расходов по данному направлению.

#### Библиографический список

1. Приказ Минэкономики РФ от 01. 10.97 г. №118 «Об утверждении методических рекомендаций по реформе предприятий (организаций)» [Электронный ресурс]. – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=16859> (дата обращения 03.07.2015).

~ S.V. Danilova

~ **Budgeting – execution of control and planning function at oil and gas companies**

~ **Abstract.** Global modernization of economical processes, the ultimate purpose of which is to improve production and reduce unreasonable costs, demands improvement of financial controls in the first place. One of the main tools of modern managers is planning, but this planning aimed at positive financial results not only through enhancing production volumes but also through reducing unreasonable costs. Budget planning system helps not only to realize products and execute economic planning function, but also to execute control because budget planning system includes review and correction activities.

~ **Key words:** budgeting, planing, control, oil companies.

УДК 331.101.3

Н. А. Дривольская

Дальневосточный государственный университет путей сообщения,  
Хабаровск, Россия

## МОТИВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СУЩНОСТЬ И ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ

**Аннотация:** в статье дано определение мотивационного менеджмента и дан перечень его инструментов. Показано, что задача мотивационного менеджмента заключается в обеспечении мотивационного климата предприятия

**Ключевые слова:** мотивационный менеджмент, мотивационный климат

Хотя термин «мотивационный менеджмент» представлен в профильной литературе, однозначного определения его пока предложено не было, и он нередко трактуется как совокупность инструментов по созданию у работников мотивации к достижению целей фирмы [17, с. 21; 20, с. 4]. По нашему мнению, такой подход чрезмерно упрощен и сводит мотивационный менеджмент к системе стимулирования, используемой предприятием. Это ставит задачу выявления содержания мотивационного менеджмента как инструмента управления персоналом и определения тех инструментов, которые им используются.

Интересно отметить, что эта задача в отечественной литературе пока не только не была решена, но и фактически не ставилась. В этой связи любопытно указать, что в книге [22], названной «Мотивационный менеджмент», само словосочетание «мотивационный менеджмент» не встречается ни разу. Аналогичная ситуация наблюдается как с обобщающим трудом [34], так и с более частными работами [1, 10, 37].

Определение, приведенное в книге [17], отличается внутренней противоречивостью. Сначала автор описывает мотивационный менеджмент как процесс мотивации, т. е. активации уже существующих мотивов работника [17, с. 21], однако практически сразу же характеризует мотивационный менеджмент как исследование мотивов работников [17, с. 21]. Легко убедиться, что обе эти попытки определения мотивационного менеджмента представляют собой подмену мотивационного менеджмента теми инструментами, которые он использует. Кроме того, в первом определении происходит смешение мотивации и мотивационного менеджмента.

В работе [20, с. 4] предложено следующее определение: «Мотивация как мотивационный менеджмент – система действий по активизации мотивов другого человека». Это определение сильно перекликается с первым из определений, сформулированных Н. В. Кузнецовой [17, с. 21], и страдает теми же недостатками.

Мы предлагаем понимать мотивационный менеджмент как деятельность по формированию и поддержанию мотивационного климата предприятия. Под мотивационным климатом мы понимаем наличие у коллектива предприятия заинтересованности в достижении целей фирмы, т. е., по сути дела, положительную групповую мотивацию работников (которая, на наш взгляд, является ключевым элементом корпоративной культуры; отсюда со всей очевидностью следует, что система мотивационного менеджмента должна учитывать особенности корпоративной культуры и способствовать ее формированию [2, 3, 6]; здесь же видна связь системы мотивационного менеджмента и организационной структуры предприятия [30]). Без обеспечения положительного мотивационного климата сложно добиться лояльности персонала [9]. Наш подход основан на теориях мотивации “Y” и “Z”. Первая из них гласит, что человеку так же естественно работать, как и проводить досуг, важно лишь обеспечить ему устраивающее его содержание работы и создать приемлемые условия труда. В соответствии со второй теорией, работник в определенных условиях готов идентифицировать себя со своим работодателем, и задача фирмы состоит в том, чтобы обеспечить выполнение этих условий. Таким образом, мотивационный менеджмент нацелен на формирование устраивающего работников содержания труда, создание требуемых условий труда и обеспечение условий, которые позволят работнику идентифицировать себя с работодателем.

При этом инструментарий мотивационного менеджмента выходит далеко за пределы традиционных способов материального и нематериального стимулирования [4, 5]. В частности, мы относим к нему:

- Формирование оптимального мотивационного профиля работников (по подразделениям и должностям, а для транснациональных компаний – также и по странам ведения деятельности [32]), т. е. того состава и сочетания мотивов и стимулов, которое наилучшим образом способствует достижению целей фирмы (причем не только с точки зрения обеспечения требуемых значений выпуска продукции, выручки и т. д., но и качества взаимодействия с коллегами и клиентами, формирования устойчивого коллектива). Этот профиль разрабатывается исходя из должностных обязанностей работника и финансовых возможностей фирмы. Фактически речь идет о создании условий для выстраивания единой внутренней институциональной среды компании [14], для создания общей корпоративной культуры, в рамках которой естественной является направленность сотрудников на достижение

определенного результата. Отметим, что речь идет скорее не о финансовом результате (хотя, разумеется, сотрудники должны стремиться к повышению прибыли предприятия), а о результатах нефинансовых, таких, как наращивание конкурентоспособности фирмы (например, за счет более высокого качества сервиса) и удовлетворение общественных потребностей (в качестве примера такого результата в случае железнодорожных перевозок может выступать безопасность движения);

- Подбор персонала. Чаще всего под подбором персонала понимается поиск сотрудников, чья квалификация, опыт, интеллектуальные, физические и психические характеристики наилучшим образом соответствуют содержанию выполняемой работы. Однако мы, в соответствии с рекомендациями [17, с. 21], предлагаем отбирать сотрудников в соответствии с разработанным мотивационным профилем, т. е. учитывать не только их квалификацию, но и мотивы и стимулы. Иначе говоря, проще с самого начала формировать коллектив, заинтересованный в достижении определенных целей и в выполнении определенной деятельности, чем принуждать его к их достижению при помощи разнообразных стимулов. Можно это утверждение сформулировать несколько иначе: проще найти тех работников, которых устроит содержание труда и условие вознаграждения, чем пытаться адаптировать содержание труда и вознаграждения к запросам работников. Такой подход позволяет обеспечить высокую мотивацию работников за счет соответствия содержания, условий и оплаты труда их ожиданиям [32, с. 126]. Фактически речь идет о том, что работник окажется созданным для данной работы, а работа – для этого сотрудника [35, с. 181]. Достижение этой цели требует наличия методики оценки отклонения мотивационного профиля сотрудника от «идеального» (возможный вариант такой методики предложен в трудах И. Д. Котлярова [12, 13]).

Сюда же можно отнести такую специфическую проблему, как отсутствие негативного воздействия на мотивацию потенциального сотрудника на стадии отбора. Иначе говоря, алгоритм отбора должен быть выстроен таким образом, чтобы он не привел к снижению мотивации кандидатов [23];

- Адаптация сотрудников. Под этим мы понимаем прежде всего «встраивание» новых работников в ценностное поле фирмы (с учетом специфики конкретного подразделения), чтобы сотрудник воспринял эти ценности и начал разделять их (фактически для того, что потребность в их выполнении стала для него естественной) [Тимофеева, Липатников 2014]. Иначе говоря, речь идет о дополнительном приближении мотивационного профиля работника к оптимальному мотивационному профилю, установленному фирмой, или, точнее, о конкретизации мотивационного профиля работника с учетом специфики требований фирмы. Разница между стадиями отбора и адаптации заключается в том, что при отборе выявляется



общее соответствие мотивационного профиля кандидата и мотивационного профиля, разработанного фирмой, тогда как на стадии адаптации мотивационный профиль работника конкретизируется под содержание тех задач и состав того компенсационного пакета, которые ему предлагаются, а также под корпоративную культуру подразделения, в котором он будет работать;

- Разработка рекомендаций по составу должностных обязанностей по разным должностям и по организации и реорганизации производственного процесса с тем, чтобы обеспечить высокую привлекательность содержания трудовой деятельности для работников и максимально полно реализовать их трудовой потенциал;

- Разработка мер стимулирования. Мы говорим о создании такой комбинации формальных (денежных, материальных, неденежных и нематериальных) и неформальных стимулов, которая обеспечит наиболее полную реализацию человеческого капитала предприятия (за счет соответствия этой комбинации запросам сотрудников) [4, 5, 8, 10, 11, 25, 26, 27, 28]. Очевидно, что универсальную комбинацию (подходящую для всех работников) разработать невозможно [29] – скорее, необходимо составить перечень стимулов и определить возможный диапазон их применения, с тем, чтобы непосредственное руководство и сам работник могли выбирать оптимальные варианты из этого диапазона;

- Мотивационный аудит – контроль эффективности системы стимулирования труда на предприятии, т. е. проверка соответствия комплекса мер стимулирования, используемых фирмой, целям самой фирмы и ее отдельных подразделений, а также потребностям сотрудников [16, 19, 24, 36];

- Создание комфортабельных условий труда сотрудников. Речь идет как о правильной организации рабочих мест, так и о поддержке благоприятного социально-психологического климата и предупреждении конфликтов, обеспечении доверительного взаимодействия между руководством и подчиненными [21];

- Разработка мотивационного сопровождения организационных трансформаций и решения производственных проблем [31]. Не секрет, что персонал зачастую сопротивляется внедрению разного рода управленческих инноваций, видя (нередко – оправданно) в них угрозу своему положению [18]. Задача руководства предприятия в этой ситуации состоит в том, чтобы преодолеть сопротивление работников, вовлечь их в реализацию инноваций (в частности, путем краудсорсинга [7]), и максимально сгладить негативные последствия организационных изменений (одним из инструментов может быть аутплейсмент);

- Контроль мотивационного профиля сотрудников. С течением времени меняются цели и стремления человека, а те стимулы, при помощи которых

фирма влияет на него, утрачивают эффективность из-за привыкания к ним. Необходимо вовремя выявлять эти изменения, чтобы либо откорректировать пакет стимулов (чтобы адаптировать его к изменившимся запросам сотрудника), либо предложить работнику другую работу в рамках компании (в соответствии с его квалификацией и его новым мотивационным профилем) либо расстаться с работником. Таким образом, мы утверждаем, что основанием для прекращения отношений с сотрудником может быть несоответствие его мотивационного профиля требованиям компании, что размывает единство мотивационного климата определенного подразделения фирмы, и снижает эффективность функционирования предприятия в целом.

Еще одной важной задачей мотивационного менеджмента в современных условиях является адаптация системы стимулирования работника к той или иной модели занятости, которая используется предприятием. В условиях размывания традиционной модели занятости и все более широкого распространения форм нестандартной занятости [15] эта задача имеет очень большое значение.

Каждая фирма сама формирует свою внутрифирменную систему мотивационного менеджмента. Это объясняет сосуществование в современных условиях широкого диапазона подходов к формированию системы мотивационного менеджмента.

#### **Библиографический список**

2. Базык Е. Ф. Теория и практика применения системы мотивационного менеджмента // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2014. - № 8-1. – С. 95-107.
3. Бортникова Т. В., Долженко Р. А. Организационная культура как основа системы управления трудовой мотивацией персонала // Экономика и управление. – 2007. - № 4. – С. 57-60.
4. Долгополова И. В. Категория корпоративной культуры в психологии управления // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2013. - № 4. – С. 144-148.
5. Долгополова И. В. Эффективность фирменного социального пакета мнение сотрудников // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2015. - № 1. – С. 48-54.
6. Долгополова И. В., Шарипов М. М. Компенсационный пакет как средство привлечения и удержания персонала: сравнительный анализ предприятий химической отрасли // Экономика и менеджмент систем управления. – 2014. – Т. 12. - № 2. – С. 20-26.
7. Долженко Р. А. Возможности учета типа организационной культуры в системе стимулирования персонала // Нормирование и оплата труда в промышленности. – 2011. – № 7. – С. 32-39.
8. Долженко Р. А. Формирование стратегии организации с использованием краудсорсинга // Проблемы теории и практики управления. – 2014. - № 4. – С. 125-129.
9. Евдокимова Е. А. Соревнование как инструмент повышения эффективности работы персонала предприятия сферы услуг // Экономика и экологический менеджмент (электронный научный журнал). – 2012. - № 2. – С. 161-165.

10. Евдокимова Е. А. Формирование трудовой лояльности // Вестник НГУЭУ. – 2014. - № 3. – С. 173-181.
11. Жевнерчук В. Л., Фомин А. А. Концепции разработки системы стимулирования труда рабочих // Труд и социальные отношения. – 2014. - № 9. – С. 50-62.
12. Колосова О. Г. Формирование системы оплаты труда на современном предприятии // Мотивация и оплата труда. – 2014. - № 2. – С. 82-87.
13. Котляров И. Д. Математическое моделирование мотивации к труду. Дисс. на соиск. уч. степ. канд. экон. наук. СПб.: 2001.
14. Котляров И. Д. Применение количественных методов для анализа мотивации к труду // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2006. – № 2. – С. 278-286.
15. Котляров И. Д. Внутренняя и внешняя среда фирмы: уточнение понятий // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. – 2012. - № 1. – С. 56-61.
16. Котляров И. Д. Нестандартные формы занятости // Общество и экономика. – 2015. - № 1-2. – С. 203-218.
17. Крылов Э. И., Власова В. М., Журавкова И. В. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов предприятия и расходов на оплату труда. М.: Финансы и статистика, 2006. – 272 с.
18. Кузнецова Н. В. Мотивационный менеджмент. Владивосток: 2005.
19. Курбанов А. Х., Крон Л. А. Сопротивление персонала организации внедрению управленческих инноваций: причины, проблемы и пути решения // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2013. - № 8. – С. 22-25.
20. Ловчева М. В. Оценка эффективности системы стимулирования персонала: показатели, методы, практические рекомендации // Мотивация и оплата труда. – 2015. - № 1. – С. 14-26.
21. Лукьянова Н. А. Мотивационный менеджмент. Томск: Издательство Томского политехнического университета, 2011. – 106 с.
22. Маслов Е. В. Проектирование рабочих мест с учетом их привлекательности для работников // Вестник НГУЭУ. – 2014. - № 4. – С. 18-26.
23. Мельникова М. Н. Мотивационный менеджмент. Хабаровск: Издательство ДВГУПС, 2001. – 81 с.
24. Михайлова Л. Л. Мотивация персонала на стадии подбора: ключевые ошибки // Мотивация и оплата труда. – 2014. - № 1. – С. 22-27.
25. Панова Е. А. Основные характеристики мотивационного аудита // Государственное управление. Электронный вестник. – 2011. - № 26. – С. 18.
26. Симоненко Н. Н., Симоненко В. Н. Формы поощрений, имеющие денежный эквивалент // Международный журнал экспериментального образования. – 2014. - № 8-2. – С. 108-110.
27. Симоненко Н. Н., Симоненко В. Н., Старкова Е. Ю. Организация участия персонала в доходах предприятия // Власть и управление на Востоке России. – 2012. - № 3. – С. 33-37.
28. Соломеин А. Система отечественного пенсионного обеспечения: развитие мотивационного потенциала // Человек и труд. – 2011. - № 12. – С. 15-19.
29. Сотникова Т. В. Компенсации и вознаграждения против угроз и увольнений // Управление развитием персонала. – 2014. - № 1. – С. 58-67.
30. Старикова А., Левина Т. Что для одного является желанным, для другого – неприемлемо, что для одного очевидно, для другого – открытие // Управление персоналом. – 2013. - № 14. – С. 42-45.

31. Сурков С. А. Построение структуры организации на основе системы мотивации // Кадры предприятия. – 2002. - № 10.
32. Суханова Т. В. Мотивационный механизм решения внутрипроизводственных проблем промышленного предприятия на основе оргпроекта // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики. – 2010. - № 6. – С. 304-309.
33. Тасмуханова А. Е. Особенности управления мотивацией и стимулированием труда в международном бизнесе // Проблемы современной экономики. – 2010. - № 1-1. – С. 124-129.
34. Тимофеева Е. Г., Липатников В. С. Неформальный компонент внутренней институциональной среды франчайзинговой сети // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2014. - № 2. – С. 543-548.
35. Травин В. В., Магура М. И., Курбатова М. Б. Мотивационный менеджмент. М.: Дело, 2005. – 96 с.
36. Туев В. А. Мотивация труда и развитие потребностей личности // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2014. - № 4. – С. 177-182.
37. Уваров И. А. Расчет степени удовлетворенности потребностей работника, соответствующих факторам его мотивации // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2013. - № 6. – С. 242-247.
38. Шелкоплясова Г. С., Коблева А. Л. Роль мотивационного менеджмента в эффективном управлении персоналом: теоретический аспект // Вестник Северо-Кавказского Федерального университета. – 2014. - № 4. – С. 160-163.

~ N. A. Drivol'skaya

~ **Motivation management: nature and tools**

~ **Abstracts:** the present paper contains a definition of motivation management and a description of its tools. It is demonstrated that the goal of motivation management is to ensure motivation climate within the company

~ **Key words:** motivation management, motivation climate

УДК 338.22.01

М.Г. Ефимова

Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет) ФГБОУ ВПО «ЮУрГУ» (НИУ), Челябинск, Россия

## ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ СТОИМОСТИ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ РОССИЙСКОГО РЫНКА

**Аннотация.** В статье рассмотрены подходы, применяемые в целях определения стоимости предприятия в современных условиях российской экономики. Выявлены сильные и слабые стороны каждого из подходов и определена тенденция в эволюции методик определения стоимости бизнеса.

**Ключевые слова:** оценка бизнеса, оценка стоимости предприятия, методология оценки бизнеса, устойчивое развитие предприятия, финансово-экономическая устойчивость, методы оценки бизнеса

В современных условиях российской экономики, а именно в до сих пор продолжающемся переходе к рыночной экономике, неизбежно присутствует оборот различных видов собственности. Данное разнообразие видов собственности как и возрождение права на частную собственность стало предпосылкой для роста востребованности такой услуги как оценка собственности.

Экономическая действительность такова, что современным предприятиям для устойчивого развития и стабильного функционирования приходится искать более эффективные методы управления. В данном аспекте немаловажную роль играет учет стоимости бизнеса в оценке финансового состояния предприятия, а так же при разработке системы контроллинга устойчивости его развития [1,2].

Стоимость предприятия невозможно оценить по какой-либо унифицированной формуле. Это связано с тем, что каждое предприятие уникально, как и структура и состав его активов; риски, связанные с деятельностью; организационная структура и т.д. Именно поэтому для определения стоимости предприятия в российской практике применяются несколько концепций, на основе которых разрабатываются методы и подходы [3].

Существует три концепции: затрат, рынка, дохода, обуславливающие возникновение трех подходов соответственно: затратного (имущественного), сравнительного (рыночного), доходного,

которые необходимо рассмотреть более подробно в разрезе применяемых методов оценки [5].

Первая концепция – концепция затрат. Она показывает позицию продавца, который стремится возместить свои затраты в прошлом по созданию какого-либо объекта собственности. Данная концепция породила затратный (имущественный) подход. Он основан на анализе активов и обязательств предприятия.

В данный подход к оценке стоимости предприятия возможно осуществить с применением нескольких методов: метод чистых активов, метод откорректированной балансовой стоимости, метод ликвидационной стоимости, метод стоимости замещения. Все эти методы основаны на формуле «активы минус обязательства». Только в первом методе принята рыночная стоимость активов, во втором – остаточная балансовая стоимость активов, откорректированная с учетом переоценки, в третьем – ликвидационная, в четвертом, соответственно, – стоимость замещения.

Метод чистых активов предполагает проведение корректирования всех статей баланса до рыночных и определяет стоимость предприятия как разность между суммой рыночных стоимостей всех активов и суммой рыночных стоимостей текущих обязательств на конкретную дату оценки. Данный метод применяют для оценки стоимости уже функционирующих предприятий, имеющих значительные активы, в том числе нематериальные. Это могут быть инвестиционные компании, холдинги, вновь созданные предприятия, не имеющие данных финансовой отчетности за последние периоды, а так же предприятия со значительной долей финансовых активов.

Немаловажную роль в методе чистых активов играет фактор времени, который несет риск значительного изменения оцененной стоимости, а в итоге неадекватности проведенной оценки, в результате изменений уровня инфляции, конъюнктуры рынка и других внешних флуктуаций среды.

Метод откорректированной балансовой стоимости должен применяться после процедуры переоценки и внесения корректировок в бухгалтерскую отчетность. Данный метод достаточно прост в применении, однако результаты, полученные таким образом почти всегда не соответствуют рыночной стоимости предприятия.

Метод ликвидационной стоимости применяют при вынужденной продаже в сжатые сроки, скорее всего недостаточные для определения рыночной стоимости и проведения необходимых маркетинговых мероприятий. Обычно данный метод дает нижний уровень стоимости оцениваемого предприятия и используется в том случае, если стоимость при ликвидации ожидается выше, чем при продолжении

функционирования бизнеса, когда текущие и прогнозируемые денежные потоки незначительны по сравнению со стоимостью чистых активов, то есть применение доходного подхода не обосновано.

Метод стоимости замещения или стоимости воспроизводства заключается в том, чтобы определить стоимость замещения (воспроизводства) аналогичного предприятия с помощью расчета затрат на его строительство. В данном методе необходимы корректировки на физический и моральный износ активов. Применение его целесообразно когда мала доля нематериальных активов и предприятие не крупное.

Основными преимуществами затратного подхода можно назвать:

- возможность всесторонней идентификации активов предприятия;
  - возможность выделения элементов износа;
  - возможность оценки недавно созданных предприятий;
  - учет текущей и долгосрочной задолженности.
- Недостатками затратного подхода являются:
- зависимость от учетной политики и методик оценки основных средств;
  - отсутствие отражения потенциала предприятия с точки зрения принесения дохода;
  - неспособность учесть все аспекты износа.

Рыночная концепция основана на принципе спроса и предложения и порождает сравнительный или, другими словами, рыночный подход. Здесь стоимость предприятия определяется путем анализа случаев продаж аналогичных предприятий или пакетов акций акционерных обществ, произошедших относительно недавно, и последующим проведением корректировок на различия между компанией-аналогом и оцениваемой в данном случае компанией. Основной особенностью подхода является то, что требуется значительная тщательность при выборе компании-аналога. Она должна иметь сходные с оцениваемой компанией характеристики, а именно: отрасль, стадию жизненного цикла, форму собственности, размер, объем и качество продукции, текущие и прогнозируемые показатели финансово-экономической эффективности, а так же географическое расположение, имеющиеся ресурсы и др.

Общая теоретическая формула сравнительного подхода может быть выражена так: «цена продажи компании-аналога плюс (минус) корректировка». Однако на практике подход основывается на принципе альтернативных инвестиций, то есть инвестиций со сходным уровнем рисковости. Это значит что сравниваемые объекты должны быть сопоставимы по уровню риска.

В данном подходе необходимо рассчитывать так называемый ценовой мультипликатор, то есть соотношение между ценой продажи

объекта и каким-либо финансовым показателем компании-аналога. Таким мультипликатором может быть соотношение цены и балансовой прибыли, чистой прибыли, текущего или чистого денежного потока, валовой выручки, балансовой или чистой стоимости активов, дивидендов и т.д.

Сравнительный подход реализуется путем применения трех методов: рынка капитала, метода сделок, метода отраслевых коэффициентов. Первый метод определяет стоимость предприятия применяя цены акций по результатам сделок с миноритарными пакетами акций на мировом фондовом рынке. Здесь особую роль играет достоверность и детальность как финансовой, так и рыночной информации по предприятиям-аналогам. Метод сделок является частным случаем метода рынка капитала и рассматривает сделки с контрольными пакетами акций или продажи предприятий полностью.

Метод отраслевых коэффициентов применяют при оценке малого бизнеса с помощью показателей, выведенных на основе статистических данных в условиях стабильности рынков и отраслей. Данный метод не применяется в российской практике обширно ввиду недостаточной активности сделок и недостаточного количества отраслевой информации, а так же невысокой точности результатов оценки.

Основное преимущество сравнительного подхода в том, что он отражает общее отношение инвесторов к отрасли в краткосрочном и среднесрочном периоде.

К недостаткам сравнительного подхода можно отнести:

- необходимость активности рынка;
- недостаток или возможное отсутствие необходимой свободной информации о совершенных сделках;
- процесс быстрого устаревания данных.

Концепция дохода основывает так называемый доходный подход и выдвигает доход как основополагающий фактор при определении стоимости предприятия. Так, чем выше доход, в будущем генерируемый предприятием, тем выше в данный момент его рыночная стоимость. Здесь применяется три метода: капитализации дохода, дисконтирования будущих доходов, капитализации избыточной прибыли.

Метод капитализации дохода применим в случае, если будущие доходы или денежные потоки планируются приблизительно равными текущим, и темпы их роста прогнозируемы. Так, стоимость предприятия определяется путем деления чистого дохода за год на коэффициент капитализации, который должен соответствовать выбранному уровню дохода. Несомненным преимуществом метода является то, что он позволяет отразить рыночную конъюнктуру не только оцениваемой компании, но и отрасли в целом.



Метод дисконтирования денежных потоков осуществляется путем прогнозирования размеров денежных потоков от деятельности данного бизнеса за каждый последующий год определенного периода и дисконтирования их по соответствующей ставке дисконта.

Такой метод обычно применяют в том случае, если будущие доходы должны предположительно отличаться от предыдущих и нестабильны на протяжении всего периода, если денежные потоки имеют сезонный характер, а так же в случае дополнительных инвестиционных вливаний на протяжении прогнозного периода.

Метод капитализации избыточной прибыли основан на показателе прибыли, полученной предприятием свыше типичной среднеотраслевой прибыли. В таком случае предполагается, что эта прибыль обеспечивается за счет такого нематериального актива как деловая репутация фирмы, т.н. «goodwill».

К наиболее важным преимуществам доходного подхода можно отнести следующее:

- учет потенциала компании приносить доход;
- учет фактора времени;
- отражение логики решений, принимаемых в бизнесе;
- учет рисков в деятельности самого предприятия, так и отрасли;
- наилучшее отражение износа.

Таким образом взаимосвязь между концепциями, подходами и методами оценки можно отразить с помощью таблицы (табл.1).

Итак, для осуществления выбора метода оценки стоимости предприятия, безусловно, необходимо учитывать не только его индивидуальные особенности, но и особенности каждого метода. Применимость каждого из подходов обусловлена уместностью его основополагающей концепции, а так же такими факторами как цель оценки, тип объекта оценки, наличие и полнота соответствующей информации [4]. Выбор определенного метода должен стать результатом тщательного анализа целей оценки, отраслевых условий, юридических особенностей, типа, размера и иных характеристик исследуемого предприятия.

Таблица 1. Концепции, подходы и методы оценки стоимости бизнеса

Концепция	Подход и его суть	Преимущества и недостатки подхода	Применяемые методы
Затрат	Затратный (имущественный) – оценка стоимости по стоимости активов предприятия	<p>+ возможность всесторонней идентификации активов предприятия;</p> <p>+ возможность выделения элементов износа;</p> <p>+ возможность оценки недавно созданных предприятий;</p> <p>+ учет текущей и долгосрочной задолженности.</p> <p>- зависимость от учетной политики и методик оценки основных средств;</p> <p>- отсутствие отражения потенциала предприятия с точки зрения принесения дохода;</p> <p>- неспособность учесть все аспекты износа.</p>	Чистых активов Откорректированной балансовой стоимости Ликвидационной стоимости Стоимости замещения (восстановления)
Рынка	Рыночный (сравнительный) – оценка стоимости с помощью стоимостных мультипликаторов и данных по компаниям-аналогам или данным по отрасли	<p>+ отражает общее отношение инвесторов к отрасли в краткосрочном и среднесрочном периоде.</p> <p>- необходимость активности рынка;</p> <p>- недостаток или возможное отсутствие необходимой свободной информации о совершенных сделках;</p> <p>- процесс быстрого устаревания данных.</p>	Рынка капитала Сделок Отраслевых коэффициентов
Дохода	Доходный – оценка стоимости с помощью капитализации доходов или дисконтирования будущих денежных потоков	<p>+ учет потенциала компании приносить доход;</p> <p>+ учет фактора времени;</p> <p>+ отражение логики решений, принимаемых в бизнесе;</p> <p>+ учет рисков в деятельности самого предприятия, так и отрасли;</p> <p>+ наилучшее отражение износа.</p>	Прямой капитализации дохода Дисконтирования денежных потоков Капитализации избыточной прибыли

		- необходимость возможности прогнозировать и оценивать будущие денежные потоки; - сложность применения в условиях слабой информационной прозрачности; - необходимость учета большого количества параметров при расчете ставки дисконтирования.	
--	--	--	--

### Библиографический список

1. Худякова, Т.А. Роль контроллинга при управлении устойчивостью промышленного предприятия / Т.А. Худякова//Инновационное развитие современной науки: сборник статей международной научно-практической конференции: [ в 9 частях] / Ответственный редактор А.А. Сукиасян. – 2014. – С. 293-295.

2. Шмидт, А.В., Худякова, Т.А. проблема устойчивости финансового состояния предприятий в условиях транзитивной экономики / А.В. Шмидт, Т.А. Худякова// Теоретические и практические проблемы экономического роста и развития в транзитивной экономике: Челябинск. – 2003. – С. 374-380.

3. Шмидт, А.В., Баев, И.А., Худякова, Т.А. Задачи совершенствования методов оценки показателей устойчивости промышленного предприятия с позиции экономической динамики / А.В. Шмидт, И.А. Баев, Т.А. Худякова // Инновационные процессы в управлении предприятиями и организациями: II Международная научно-практической конференция. – 2003. – С. 170-172.

4. Шмидт, А.В., Худякова, Т.А. Моделирование управления развитием промышленного предприятия по критерию экономической устойчивости: [монография] / А.В. Шмидт, Т.А. Худякова. – Saarbrücken: lap lambert. – 2012.

5. Оценка стоимости бизнеса: учебник / Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 411 с.

М. Efimova

#### **The main approaches to estimation of business cost in the conditions of the Russian market**

**Abstract.** In article are considered the approaches applied for determination of cost of the enterprise in modern conditions of the Russian economy. Are revealed strong and weaknesses of each of approaches and the tendency in evolution of techniques of determination of cost of business is defined.

**Keywords:** business assessment, estimation of cost of the enterprise, business assessment methodology, sustainable development of the enterprise, financial and economic stability, business assessment methods.

УДК 316.776.3

Н.А. Заславская

ГБОУ ВО «Московский городской педагогический университет»,  
Москва, Россия

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ БРЕНДА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

**Аннотация:** В статье рассматриваются вопросы, связанные с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий для создания бренда и повышения конкурентоспособности образовательной организации. Анализируются различные определения понятия «бренд», а так же рассматривается алгоритм создания бренда для образовательной организации.

**Ключевые слова:** информационные и телекоммуникационные технологии, бренд, целевая аудитория, образовательная организация, реклама.

В настоящее время в России образовательные услуги регулярно предоставляются с использованием информационных и телекоммуникационных технологий. При этом образовательные учреждения переходят на новые формы финансирования – нормативно-подушевое финансирование и самофинансирование. Таким образом, появляется необходимость образовательным организациям конкурировать за учеников.

В сфере бизнеса основным приемом повышения конкурентоспособности организации является создание бренда организации.

В определении бренда отметим два возможных подхода: объективный и субъективный. По определению Американской маркетинговой организации (объективный подход) бренд – это слово, выражение, знак, символ или дизайнерское решение, или их комбинация в целях обозначения товаров и услуг конкретного продавца или группы продавцов для отличия их от конкурентов [1,2,3].

По определению, данному в поздних работах Ф. Котлера (субъективный подход) бренд – это любое имя, название, торговый знак, несущие с собой определенный смысл и ассоциации [4].

Рассмотрим необходимые шаги для создания бренда образовательной организации. Среди основных компонентов успешного бренда можно выделить качественные услуги, узнаваемый отличительный стиль организации, лояльность целевой аудитории.

В первую очередь определим целевую аудиторию. Зачастую родители самостоятельно принимают решение о том, в какой школе будет учиться их ребенок. Таким образом, получается, что необходимо проводить работу не только с потенциальными и настоящими учениками, но и с их родителями.

По определению В. Перция и Л. Мамлеева можно выделить 11 этапов создания бренда: начальная идея, исследование, суть, имя, упаковка, тестирование, библия, коммуникации, передача, реализация, анализ [5]. Представим краткое описание всех одиннадцати этапов создания бренда на базе образовательной организации с пояснениями и комментариями.

#### *Начальная идея.*

На первом этапе необходимо определить цели существования бренда для образовательной организации. Цель существования бренда – повышение конкурентоспособности образовательной организации. На данном этапе необходимо выделить основные преимущества: уровень преподавательского состава, набор оказываемых услуг, удобство расположения, оформление и дизайн помещений образовательного учреждения, сотрудничество с средними и высшими профессиональными образовательными организациями, участие образовательной организации в фестивалях, конкурсах, региональных и международных проектах, наличие электронных образовательных и административных сервисов и т.д.

#### *Исследование.*

Второй этап характеризуется проведением анализа образовательного сегмента и его участников. Основной задачей этого этапа является анализ конкурентной среды - сферы образования. В большинстве ситуаций данный анализ приводит к пониманию того, что набор предоставляемых образовательных услуг различными образовательными организациями приблизительно одинаков. Таким образом, для создания бренда возникает необходимость предоставления отличительных услуг. Для того, чтобы эффективно определить набор таких услуг, помимо изучения рынка образования необходимо проанализировать потребности целевой аудитории, т.е. родителей и учеников.

#### *Суть.*

Третий этап обусловлен формулировкой основных целей, задач и функций бренда, а так же его отличительных особенностей. Одним из важных показателей для родителей является уровень эффективности использования в образовательной организации современных информационных и телекоммуникационных технологий на всех этапах образовательного процесса. Для создания бренда стоит отдельно отметить использование информационных и телекоммуникационных технологий в качестве отличительной черты, тем самым подчеркнув уникальность конкретной образовательной организации.

Бренд является сложносоставным понятием. В него входят такие аспекты как лояльность целевой аудитории, миссия и девиз ее выражающий, внешние черты бренда, характер бренда, стиль рекламы. В девизе школы могут быть отражены такие характеристики использования информационных и телекоммуникационных технологий как эффективность обучения учеников, комфорт родителей, открытость и прозрачность управления образовательной организацией и т.д..

При создании бренда образовательная организация может представить дополнительный набор услуг для учеников и их родителей.

Для учеников:

- возможности проведения уроков – видеоконференций с учениками других образовательных организаций (как местных, так и зарубежных). Например, для повышения эффективности изучения английского языка можно проводить открытые совместные уроки из англо говорящих стран;
- организация внеклассной деятельности: создание он-лайн экскурсий и обмен впечатлениями в режиме реального времени с учениками из других городов и стран.

Для родителей:

- проведение родительских собраний как видеоконференций без личного присутствия. Такая услуга будет актуальна для занятых родителей, при этом охват и «явка» родительской аудитории будет значительно выше, чем при необходимости личного присутствия;
- проведение открытых уроков с возможностью прямой трансляции для родителей;
- проведение концертов, мероприятий, утренников и пр. с трансляцией в сеть Интернет;
- регулярные рассылки с дополнительной информацией о процессе обучения.

*Имя.*

На данном этапе необходимо создать имя бренда. С учетом особенностей использования унифицированной формы именования образовательных организаций номерами в качестве названий, непосредственно выбор имени крайне сложно использовать в качестве конкурентного преимущества.

*Упаковка.*

Этот этап состоит в создании единообразного неповторимого стиля бренда. В настоящее время большинство образовательных организаций имеют свой сайт и логотип. При этом зачастую не прослеживается единого отличительного визуального стиля конкретной образовательной организации. Его компонентами являются:

- сайт;
- логотип;

- единообразное стилистическое и цветовое решение сайта, логотипа, официальных презентаций школы;
- единообразные почтовые адреса сотрудников образовательной организации и подпись в конце письма;
- единообразные почтовые адреса учеников.

#### *Тестирование.*

На данном этапе все приведенные выше пункты необходимо реализовать на базе конкретной образовательной организации и в динамике отслеживать происходящие изменения.

#### *Библия бренда.*

На седьмом этапе аккумулируется база материалов, необходимых для создания бренда и его поддержания. Такими материалами являются рекламные материалы образовательной организации (листочки, буклеты, флаеры, купонов), создание списков рассылок для определенного набора случаев и т.д.

#### *Коммуникации.*

На этом этапе необходимо определить способы взаимодействия с целевой аудиторией. В свете современных трендов, основной средой для связи обозначим информационные и телекоммуникационные технологии (размещение объявлений на сайте образовательной организации, целевые рассылки, личные уведомления, видеозвонки и видеоконференции, приглашения на использование образовательных сервисов организации и т.д.).

#### *Передача.*

На девятом этапе происходит вовлечение сотрудников образовательной организации в работу бренда. Для эффективной реализации данного этапа можно организовать двух или трехступенчатый конкурс по созданию логотипа и индивидуального визуального стиля образовательной организации, в который пригласить для участия всех учеников и сотрудников образовательной организации. По результатам нескольких отборов выбранной экспертной комиссией выделить самые значимы и интересные решения и соединить их в итоговом варианте.

#### *Реализация.*

Предпоследний этап – реализация намеченных планов по созданию бренда. Данный этап является наиболее длительным и трудоемким, поскольку требует полной отдачи от всех участников образовательного процесса с одной стороны, и серьезной технологической поддержки с другой.

Заключительным этапом создания бренда образовательной организации является анализ эффективности проведенных мероприятий, лояльности целевой аудитории и сотрудников, а так же служит обратной связью для внесения изменений и усовершенствований в имеющиеся мероприятия, действия и программы. Показателями эффективности мероприятий по созданию бренда обозначим:

- увеличение числа учеников в образовательной организации;
- повышение уровня мотивации учеников;
- увеличение уровня профессиональной подготовки преподавательского состава;
- повышение занимаемого места в рейтинге школ города, района, области;
- появление положительной информации в прессе об образовательной организации и ее мероприятиях;
- положительные отзывы учеников и родителей в сети Интернет.

Подводя итоги, отметим, что процесс создания бренда является трудоемким процессом пролонгированным во времени. Однако эффективная работа образовательной организации в этом направлении позволяет повысить конкурентоспособность, увеличить социальную ориентированность.

#### Библиографический список

1. Голубков Е.П. Еще раз о понятии "бренд" // Е.П.Голубков.–Маркетинг в России и за рубежом. - 2006. - № 2. 28 с.
2. Заславская О.Ю. Возможности сервисов GOOGLE для организации учебно-познавательной деятельности школьников и студентов. // Информатика и образование. 2012.№1. С. 45-49.
3. Заславская О.Ю. Развитие управленческой компетентности учителя в системе многоуровневой подготовки в области методики обучения информатике. // Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора педагогических наук / Москва, 2008
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. // Ф.Котлер, – М.: Издательский дом "Вильямс".– 2004 (Пер. с англ.)
5. Перция В. Анатомия бренда. // В.Перция, Л.Мамлеева.– М.: Вершина, 2007.– 288 с.

~ Zaslavskaya N.A.

~ **The use of modern information and telecommunication technologies to create brand of educational organization**

~ **Abstract:** This paper discusses issues related to the use of modern information and communication technologies to create a brand and enhance the competitiveness of the educational organization. We give the various definitions of "brand" and the algorithm of creating a brand for the educational organization.



УДК 347.192

Д.А. Иванов

ФГБОУ ВО Московский государственный университет им. М.В.  
Ломоносова, Москва, Россия

**ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕНЫ ВЫКУПА АКЦИЙ, ПРЕМИЯ ЗА  
КОНТРОЛЬ И ПРЕМИЯ ЗА «ВЫТЕСНЕНИЕ»: ПОДХОД  
РОССИЙСКОГО ПРАВА В КОНТЕКСТЕ ОТНОШЕНИЙ ПО  
ВЫКУПУ АКЦИЙ ПО ТРЕБОВАНИЮ ЛИЦА, КОТОРОЕ  
ПРИБРЕЛО 95 И БОЛЕЕ ПРОЦЕНТОВ АКЦИЙ ПУБЛИЧНОГО  
ОБЩЕСТВА («SQUEEZE-OUT»)**

**Аннотация.** В настоящей работе автор на основе глубокого изучения российских и зарубежных источников, судебной и корпоративной практики исследует институт вытеснения миноритарных акционеров в российском праве. В работе освещены как теоретические, так и практические аспекты вопроса. Особое внимание уделено вопросу и особенностям формирования выкупной цены акций и его правовому регулированию.

**Ключевые слова:** принудительный выкуп акций, публичные акционерные общества, мажоритарный акционер, слияния и поглощения, формирование цены акций, премия за контроль, премия за «вытеснение».

Появившийся в акционерном праве в начале 2006 года [1] институт «squeeze-out», «вытеснения» быстро поделил все юридическое сообщество на его сторонников и противников. Суть института заключается в том, что акционер публичного общества, достигший определенного уровня контроля (95% голосующих акций), имеет право по своей воле «вытеснить» оставшихся миноритарных акционеров, выплатив компенсацию. Споры разворачивались, в основном, вокруг того, насколько допустимо существование этого института в системе действующих правовых принципов. Однако, отсылка к конституционному принципу недопустимости лишения собственности, перенесенному в отраслевое законодательство, потеряла какой-либо смысл после принятия целого ряда решений по данной тематике Конституционным Судом РФ [2].

На данном этапе существования института основные споры связаны не с допустимостью его существования, а с более узким, но сложным вопросом справедливого способа определения цены.

Формирование цены акции – вопрос в первую очередь экономический, на него влияет множество внеправовых факторов. Задача права в данной сфере – установить пределы усмотрения покупателя

(продавца), закрепив порог предложения. Впрочем, «привязать» цену выкупа в любом случае невозможно исключительно к существующим юридическим фактам (направленным ранее публичным предложениям), что заставляет законодателя обратиться к понятию «рыночной стоимости» акции.

П. 4 ст. 84.8 устанавливает нижний порог цены выкупа, который равен наибольшей из следующих величин: цена обязательного или добровольного предложения, в результате которого лицо стало владельцем более 95% акций; наибольшая цена, по которой лицо приобрело или обязалось приобрести ценные бумаги общества после истечения срока принятия публичного предложения; рыночной стоимости выкупаемых ценных бумаг.

С определением цены публичного предложения проблем не возникает. Цена добровольного предложения определяется по цене (или порядку ее определения) предложения, поступившего в общество. Цена обязательного предложения определяется аналогично. Стоит учитывать, что при предъявлении обязательного предложения offerent также ограничен в усмотрении (в противном случае этот институт терял бы свое значение) средневзвешенной ценой, определяемой по результатам организованных торгов за шесть месяцев, предшествующих отправке обязательного предложения или рыночной ценой.

При приобретении крупных пакетов акций, происходящих главным образом через публичные предложения, определение рыночной (или средневзвешенной) цены не является окончательным этапом формирования цены обязательного предложения. Общепризнанным является факт наличия так называемой «премии за контроль» (*sale-of-control-premium, control premium*). Понятие это, опять же, выработано было на практике и объясняется, в большей степени, экономическими факторами [3,4]. Законодательного закрепления какой бы то ни было обязательности такой премии нет, хотя суды и признают наличие разницы в ценах между акциями, рассматриваемыми в 100% пакете и акциями, приобретаемыми с целью установления (расширения) корпоративного контроля в пользу последних [5].

С точки зрения экономики премия за контроль определяется, например, как *имеющее стоимостное выражение преимущество, отражающее дополнительные возможности обладателя контроля над компанией по сравнению с владельцами миноритарных долей в ее капитале* [6, с. 302]. В экономической науке указывается, что премия за контроль может варьироваться от 16,7% до 66,7%, а скидка за неконтрольный характер может колебаться от 10 до 40% [7]. На практике редко встречаются крайние варианты.

Учитывая неэкономический характер нашего исследования, премия за контроль будет рассматриваться как *разница между рыночной и/или средневзвешенной стоимостью акций и фактически выплачиваемой (предложенной) в рамках публичного предложения ценой, которая в условиях публичного предложения не может быть меньше нуля*. Премия за контроль уплачивается с целью приобретения корпоративного контроля.

В зависимости от размера пакета может варьироваться и премия за контроль. Премия за контроль, однако, предполагается только в сделках, контроль предоставляющих, т.е. в сделках с пакетами акций не меньше 10%.

То есть, приобретая крупный (обязывающий сделать обязательное предложение) пакет акций, поверх рыночной стоимости акций (в фактическом пакете акционера) покупатель уплачивает также премию за контрольный характер пакета. После чего, выполняя свою обязанность сделать обязательное предложение, покупатель предлагает остальным акционерам купить их акции по цене, *не меньше чем наивысшая цена, по которой это лицо (а также его аффилированные лица) приобрело акции в течение последних 6 месяцев*. Учитывая высокую степень концентрации капитала в российских акционерных обществах (что делает маловероятной постепенную скупку небольших пакетов акций, то есть пакетов акций без уплаты премии за контроль), а также обязанность лица сделать обязательное предложение в течение 35 дней, после приобретения 30% от общего количества акций (то есть в срок менее 6 месяцев), можно сделать вывод, что *цена, предлагаемая в рамках обязательного предложения, будет включать и премию за контроль* [8, с. 257-260], притом, что в рамках приобретения акций после обязательного предложения, приобретаться будут, в первую очередь, акции миноритариев, то есть пакеты акций, за которые, при прочих равных, премия за контроль не полагалась бы (а скорее всего речь шла наоборот о DL0C).

Как соотносится общее положение о выплате премии за контроль за крупные (в той или иной степени дающие корпоративный контроль) пакеты акций [9, 10] и фактическое её получение миноритариями (в рамках обязательного предложения)?

Верно указывая на то, что делая обязательное предложение, offerent должен рассматривать возможность приобретения 100% пакета акций, А. Попов указывает, что раздел премии за контроль (автор предлагает рассматривать премию за контроль в двух частях: плата, собственно, за контроль, а также плата за ожидаемое повышение прибыльности в результате, например, синергии), по крайней мере, во второй ее части, является *вынужденной мерой*, результатом несовершенства законодательного регулирования.

Данное А. Поповым деление представляется весьма спорным, особенно во второй его части. Во-первых, вряд ли можно говорить об уплате премии продавцу, за благоприятные последствия управления покупателем, поскольку к такому управлению продавец отношения не имеет и выгоды от такого управления акционер, *выходящий из компании*, иметь не может. Не подлежит сомнению также то, что установление контроля над компанией не является гарантией эффективного управления, повышения стоимости бизнеса, учитывая рискованный характер предпринимательства. Более того, это не всегда является и целью покупателя [11, 12]. И странным видится предположение о том, что покупатель будет платить, кроме прочего, за гипотетически возможное повышение стоимости бизнеса, которое, возможно, ему вообще не нужно. Кроме того, синергетический эффект традиционно включается в «корзину» частных выгод корпоративного контроля [13, 14]. Разрыв, собственно, корпоративного контроля и синергетического эффекта некорректен, поскольку второе не может существовать без первого.

Отметим, при этом, что А. Попов отрицает возможность получения премии за «предполагаемое увеличение стоимости бизнеса» миноритариями, при этом признавая за ними право на премию за, собственно, корпоративный контроль (дающий право на частные выгоды контроля). Если считать, что корпоративный контроль распределен пропорционально между всеми акционерами, то необходимо признать такое же пропорциональное деление премии и в части предполагаемого увеличения стоимости бизнеса. При этом, повторимся, такое деление нам видится некорректным.

Сказанное выше относится к цене обязательного предложения, к ее формированию. Однако цена обязательного предложения имеет непосредственное влияние и на цену выкупа акций в процедуре squeeze-out.

Как уже говорилось выше, цена публичного предложения может стать минимальной ценой выкупа акций в случае, если рыночная цена и цена, по которой акции приобретались после истечения срока принятия публичного предложения не превышают цену публичного предложения.

Таким образом, предложенная в рамках обязательного предложения сверх рыночной стоимости премия за контроль, в большинстве случаев, формирует и цену выкупа акций при осуществлении права «вытеснить» миноритария мажоритарием.

На основе вышесказанного можно выделить *составляющие элементы цены выкупа акций*. Это, во-первых, рыночная стоимость акций. Изначально определяемая в целях обязательного предложения, рыночная стоимость акций пересматривается на дату выкупа акций. В зависимости от изменения рыночной стоимости акций после их новой

оценки *меняется и соотношение реальной стоимости акций и премии за контроль*. Допустим, если цена обязательного предложения (100%) формировалась как реальная стоимость акций (80%) и премия за контроль (20%), то после (например) снижения реальной стоимости акций (выявленного независимым оценщиком) это соотношение может стать, например, 70 и 30 при неизменном целом. Заметим, что заполнение образовавшегося после снижения стоимости акций пространства является не столько результатом действия премии за контроль, что противоречило бы сущности данного явления, сколько *действием механизма, гарантирующего права миноритария*. Рассмотрение цены обязательного предложения как единого целого, являясь абсолютно корректным с точки зрения закона и сущности рассматриваемых явлений, однако, не позволяет в полной мере рассмотреть суть обязательного предложения как способа защиты прав миноритария (снижение реальной стоимости акций не снижает цены обязательного предложения).

Естественно, что при росте рыночной стоимости акций и выходе ее за пределы цены обязательного предложения нижним порогом цены выкупа акций будет уже сама рыночная стоимость. Однако, учитывая достаточно высокий уровень премии за контроль, такое случается редко.

Однако на практике предлагаемая цена выкупа акций порой является выше минимальной цены выкупа, что позволяет говорить о наличии особой *«премии за вытеснение»*.

Размер подобной премии крайне невелик по понятным причинам. Во-первых, сама минимальная цена в отношении выкупаемых акций изначально завышена, учитывая то, что она включает в себя премию за контроль, а также то, что реальная стоимость выкупаемых акций на момент выкупа часто ниже той, что учитывалась при обязательном предложении (снижение цены может быть вызвано «пустым» характером оставшихся акций и рядом других факторов). Во-вторых, у оставшихся миноритариев нет свободы в выборе принять или не принять предложение, то есть мажоритарий свободен (в обозначенных рамках) в выборе цены и руководствоваться будет в первую очередь своими интересами.

Каковы же в таком случае возможные причины назначения «компенсации за вытеснение»?

Во-первых, такой причиной может стать высокая (вышедшая за рамки цены обязательного предложения) рыночная стоимость акций, если есть основания полагать, что предложенная независимым оценщиком рыночная стоимость в той или иной мере занижена, с целью избежать возможных судебных споров по данному вопросу.

Во-вторых, «переплата» миноритариям может производиться с целью создания благоприятного имиджа корпорации, например, у потенциальных потребителей продукции, контрагентов, публичных

органов, работников (которые зачастую могут быть как раз вытесняемыми миноритариями [15, с. 154-166]).

В-третьих, нельзя исключать и субъективные факторы, которые могут быть разнообразными (личные отношения мажоритария и миноритария, безразличное отношение к небольшой переплате и т.д.). Значение субъективных факторов неоднократно анализировалось с точки зрения экономики.

Отметим, что концепция премии за «вытеснение» предлагается нами впервые. Наше предложение основывается на эмпирических данных, свидетельствующих о наличии рассматриваемого нами явления.

В настоящей статье мы рассмотрели и проанализировали особенности формирования выкупной цены акций, уделяя особое внимание таким понятиям как премия за контроль, премия за вытеснение (последнее из которых было предложено нами).

#### Библиографический список

1. Федеральный закон от 05.01.2006 №7-ФЗ «О внесении изменений в ФЗ «Об акционерных обществах» и некоторые другие законодательные акты Российской Федерации»// РГ, №1, 11.01.2006
2. Определение КС РФ от 3 июля 2007 года № 714-О-П по жалобе гражданина Петрова А.Ф. на нарушение его конституционных прав положениями статьи 84.8 Федерального закона «Об акционерных обществах»; Определение Конституционного суда РФ от 3 июля 2007 года "По жалобам граждан Ю.Ю. Колодкина и Ю.Н. Шадеева на нарушение их конституционных прав положениями статьи 84.8 Федерального закона "Об акционерных обществах" во взаимосвязи с частью 5 статьи 7 Федерального закона "О внесении изменений в Федеральный закон "Об акционерных обществах" и некоторые другие законодательные акты Российской Федерации"; Определение Конституционного Суда РФ от 23.03.2010 N 334-О-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Козлова Бориса Михайловича на нарушение его конституционных прав статьей 84.8 Федерального закона "Об акционерных обществах" и другие.
3. И.И. Родионов, К.А. Перевалова. Факторы, влияющие на размер премии за контроль // «Корпоративные финансы», № 4 (20), 2011
4. Е.Е. Яскевич. Скидки и надбавки при продаже российских пакетов акций. Оценка влияния привилегированных акций на ценообразование // <http://срспра.ru>.
5. Определение ВАС РФ от 18.05.2011 N ВАС-443/11 по делу N A08-2788/2008-21; Постановление Президиума ВАС РФ от 13.09.2011 N 443/11 по делу N A08-2788/2008-21 и др.
6. Прагт Ш.П. Оценка бизнеса. Скидки и премии. М., 2005.
7. Полухин П.Ю. Премия за контроль при слияниях и поглощениях // Российский экономический журнал, 2007, №3.
8. Davies P. The regulations of Takeovers and Mergers. London, 1976.
9. Schweih R. Levels of control // Insights, 2011 (aut.).
10. Butler H., Drahozal C. Economic Analysis for Lawyers. Munich, 2006.
11. Черенков А.Я. Причины и мотивы корпоративных слияний и поглощений // Финансовые исследования, 2007, №14.

12. Савчук С.В. Анализ основных мотивов слияний и поглощений // Менеджмент в России и за рубежом, 2002, № 5.
13. Dyck A., Zingales L. Private benefits of control: an international comparison // The Journal of finance Vol. 2, apr. 2004.
14. Dyck A., Zingales L. Control Premiums and the effectiveness of corporate governance system // Journal of applied corporate finance, 2004.
15. Молотников А.Е. Слияния и поглощения. Российский опыт. М., 2007.

~ D.A. Ivanov

~ **Shaping of shares redemption price, control premium, squeeze-out premium: approach of Russian law in context of squeeze-out**

~ **Abstract.** In this paper author investigating squeeze-out institute in Russian law, relying on deep analysis of Russian and foreign sources, judicial and corporate practice. Paper deals both with theoretical and practical aspects of problem. Special attention was paid to problem of shares price-formation and its features in light of squeeze-out.

~ **Key words:** squeeze-out, public stock companies, major shareholder, mergers and acquisitions, shaping of redemption price, control premium, squeeze-out premium.

**УДК 334.021**

**М.А. Изотов**

ФГБОУ ВПО «Донской государственный технический университет»,  
Ростов-на-Дону, Россия

**ИННОВАЦИОННЫЙ ИНТЕРФЕЙС КАК МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ  
ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ УНИВЕРСИТЕТСКОГО  
КОМПЛЕКСА**

**Аннотация.** Объективный тренд формирования инновационной инфраструктуры научно-образовательной деятельности является следствием целенаправленного развития традиционных университетов и создания на их базе научно-исследовательских университетов инновационного типа. В статье раскрыты особенности формирования и развития инновационного Интерфейса университетского комплекса как основы создания и продвижения инновационных технологий в важнейшие приоритетные инвестиционные проекты.

**Ключевые слова:** инновационная деятельность, университетский комплекс, инновационная инфраструктура

На современном этапе развития общества образование, в его неразрывной, органичной связи с наукой, становится все более мощной движущей силой экономического роста, повышения эффективности и конкурентоспособности народного хозяйства, что делает его одним из важнейших факторов национальной безопасности и благосостояния страны, благополучия каждого гражданина.

Современные университеты выступают генераторами идей, продуктовых и технологических новаций. Переход системы высшего образования на качественно новый уровень предусматривает создание структур, адекватно отражающих изменения в подходах к функционированию всей системы образования и к ее интеграции с научными подразделениями и другими организациями. Выбранный путь ассоциативного взаимодействия научных организаций, образовательных учреждений, производственных и других структур способствует консолидации усилий всех участников научно-исследовательского университета [2].

Теснота взаимодействия производства и университетов, выполняющих научно-исследовательские и конструкторские разработки, обеспечивает формирование научно-образовательных корпораций – университетских комплексов [3]. Университетский комплекс – интегрированное корпоративное научно-образовательное учреждение, оказывающее образовательные услуги различных уровней и осуществляющее научную, инновационную и коммерческую деятельность. Университетский комплекс, как специально выстраиваемый сложный институциональный механизм, представляет собой не только целостную сферу образовательных процессов, но и полисферу, включающую науку, производство, экспертизу.

Основными задачами университетского комплекса, являются:

- обеспечение интеграции образования и науки за счет использования результатов научных исследований в учебном процессе;
- создание единой информационной среды для обеспечения образовательной, научной и инновационной деятельности;
- реализация единой системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров по профессиональным программам различных уровней;
- создание современной лабораторной и экспериментальной базы для подготовки специалистов;
- обеспечение условий, способствующих привлечению дополнительных ресурсов из внебюджетных источников;
- выработка рекомендаций для решения актуальных проблем территорий и отраслей;



– взаимодействие с органами исполнительной власти, развитие межрегиональных связей при решении проблем в области образования, науки и инновационной деятельности;

– развитие международных связей в сфере образования, выполнение совместных научных проектов.

В рамках данного исследования можно выделить следующие модели относительно устойчивых объединений:

– университетский комплекс – университет как единое юридическое лицо, состоящий из различных образовательных, научных, конструкторских, производственных и иных подразделений;

– университетский комплекс – объединение образовательных, научных, конструкторских, инновационных и иных учреждений и организаций различных форм собственности, сохраняющих свою самостоятельность и образующих ассоциацию или союз с правами юридического лица;

– университетский комплекс – университетский образовательный округ без прав юридического лица как объединение образовательных учреждений и организаций независимо от форм собственности, реализующие образовательные программы различных уровней.

В целом ряде регионов в эти процессы вовлечены самые разные структуры: средние и средние специальные учебные заведения, академические институты, отраслевые научно-исследовательские институты, проектные бюро, предприятия, общественные организации. Несмотря на разнообразие форм, университеты в них являются естественным и органичным центром этих процессов. При этом основные виды услуг, оказываемых университетскими комплексами, включают следующие:

1. Образовательные услуги. Интегрированные университетские комплексы предлагают широкий спектр образовательных программ. Возрождение экономики, необходимость технического и технологического перевооружения промышленности, глобализация рынков и конкуренция поставили перед обществом задачу создания системы непрерывного образования.

2. Научно-производственные услуги. В ряде университетских комплексов накоплен хороший опыт трансфера новых технологий в промышленность и бизнес, создаются технопарки, «инкубаторы» малого бизнеса, центры инновационных технологий; наблюдается возрождение прикладных исследований, активизировалась выставочная деятельность. Объединяя интеллектуальные усилия над решением актуальных технических, технологических проблем, участвуя в выработке научно-технической политики региона, университетские комплексы способствуют стабилизации экономики.

3. Консультационные услуги: Университетские комплексы становятся центрами академической экспертизы региональных программ развития и

инновационных проектов, способствуют повышению качества бизнес-проектов, создают университетские центры поддержки социума.

4. Информационные услуги. На основе интегрированных университетских комплексов сегодня действуют многочисленные Интернет-центры широкого доступа, развиваются локальные, корпоративные сети. Проводимая ими популяризация результатов научных исследований и образовательных программ способствует повышению авторитета образования и знания в целом, приобщению общества к новым информационным технологиям.

5. Услуги по расширению международного сотрудничества: созданы центры международного сотрудничества, решающие важные задачи интеграции в мировую систему образования, расширения обменов с зарубежными партнерами по разным направлениям и международным научным и образовательным программам.

6. Социально-культурные услуги. Новые социально-экономические и политические реалии потребовали значительной мобилизации внутренних ресурсов и концентрации усилий для развития широкого спектра исследований и образовательных программ, нацеленных на развитие национальных культур, на воспитательную работу, на формирование в обществе идеала культурного, образованного, просвещенного человека.

Необходимым элементом в инновационной подсистеме университетского комплекса выступает инновационная инфраструктура - организационно-управленческая, материально-техническая, информационная, финансовая и кредитная базы для развития инновационной деятельности. Анализ современных моделей развития инновационной деятельности в университет показывает, что они представляют собой разновидности трех основных технологий:

- интеллектуальной, отвечающей за формулирование структуры интеллектуального потенциала территории;

- управленческой, призванной обеспечить реализацию поставленных целей экономического развития с учетом реальных временных, финансовых, организационных, интеллектуальных и других видов ресурсов;

- информационной, необходимой для учета различных факторов территориального развития, прогнозирования, моделирования и стратегического планирования.

Инновационный тип развития, кроме организационных предпосылок, требует комплексного ресурсного обеспечения и особого внимания к сохранению свойства экономической устойчивости хозяйственных систем. Сложность ресурсного обеспечения обусловлена существенной ресурсоемкостью инновационных процессов.

Сегодня университеты стремятся сформировать различные организационные структуры, позволяющие им адаптироваться к непростым

условиям экономики, основанной на знаниях, Университет как специально выстраиваемый сложный институциональный организм должен собою представлять не только целостную сферу образования, но и полисферу, включающую в себя целый ряд других сфер – региональной науки, производства, экспертизы и т. д. Но подобное формирование современной институциональной структуры университета должно определяться не простой логикой поглощения любых элементов экономики, а четкими функциональными принципами подчинения разнородных элементов задачам функционирования и действия Университета. Решение задачи подобной организации предполагает разработку миссии Университета – продуманная и ясная миссия является важнейшим политическим документом, определяющим стратегию действия [4].

Важнейшей миссией российских университетов на сегодняшний день становится задача формирования инфраструктуры новой экономики – экономики знаний, обеспечивающей соответствующее позиционирование России на мировой арене. Формирование инфраструктуры экономики знаний предполагает, что цикл жизни знания является срежневым процессом, вокруг которого организуются различные институционально-функциональные подразделения деятельности университета. Процесс обновления знания, осуществление фундаментальных научных открытий являются обязательными элементами экономики знаний. Если новое знание никто не получает, если никто не проблематизирует старые модели и не получает новые экспериментальные эффекты, которые нуждаются в объяснении, то инфраструктура экономики знаний принципиально не полна. Она нуждается в притоке новых знаний и новых фундаментальных открытий извне.

Сегодня перед университетами стоит задача их идентификации как субъекта инновационного процесса и региональной инновационной системы. В связи с этим, на наш взгляд, возникает необходимость одновременного участия университетов в нескольких процессах. С одной стороны, пытаться собрать и соединить все имеющиеся образовательные ресурсы вокруг модели территориального университетского комплекса, а с другой стороны, вступить в процесс кооперации с другими университетскими комплексами и территориальными университетами. В этом случае целая группа университетских комплексов и ведущих региональных университетов может сформировать своеобразную университетскую мультиинновационную корпорацию, например, в масштабах региона или федерального округа. Смысл формирования подобной корпорации состоит в том, чтобы сделать предметом совместной экспертизы, бенчмаркинга и анализа ресурсы значительного числа территорий, входящих в регион или федеральный округ.

Специфика данного процесса в условиях формирующейся экономики знаний определяет особое место университета, выполняющего системную

функцию трансфера результатов интеллектуальной деятельности, что приводит к созданию инновационно активных интерфейсов.

Инструментом активизации инновационной деятельности университета является создание эффективного инфраструктурного комплекса – Инновационного Интерфейса, формирующего набор правил и средств взаимодействия между основными элементами национальной инновационной системы и являющегося преобразователем инновационных импульсов в поток инноваций в экономику региона.

Для российских вузов внутренняя структура поддержки инновационной деятельности, сложившаяся на текущий момент, зависит от ряда исторически проявившихся факторов. Так, в 90-х годах прошлого столетия в рамках ведомственной программы Министерства образования и науки «Инновационная деятельность высшей школы» последовательно реализовывались проекты создания различных инновационных структур: инновационно-технологических центров (ИТЦ), технопарков (ТП), бизнес-инкубаторов (БИ). Позднее, уже в рамках ФЦНТП «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития науки и техники» создавалась сеть центров трансфера технологий, центры научно-технического и инновационно-технологического сотрудничества. От того, насколько вуз оказывался успешным в программах и становился победителем конкурсов, разные создаваемые им элементы инновационной инфраструктуры становились базовыми для формирования всех последующих конструкций. Так в вузах, на базе которых создавались университетские ИТЦ, основной акцент делался на доведение инновационных идей до опытного образца. При этом созданию малых предприятий и привлечению инвестиций внимания практически не уделялось. Аналогичная ситуация была и в университетских технопарках, с той разницей, что в технопарках производились попытки создания более технологически сложных инновационных продуктов. Вся инфраструктура вузов концентрировалась вокруг ИТЦ и была направлена на поддержку их деятельности. В бизнес-инкубаторах размещались в основном проектные команды без оформления соответствующей юридической организованности. Основной целью инфраструктуры, формирующейся вокруг бизнес-инкубатора, становилось обеспечение услуг общего характера – льготной аренды, бухгалтерского, IT, юридического и иного обслуживания. Позднее, с появлением Центров трансфера технологий внутри вузов начали создаваться консалтинговые структурные комплексы, ориентированные на восполнение недостающих знаний относительно вывода результатов инновационной деятельности университетов на рынок. Лишь небольшому количеству вузов удалось при поддержке Министерства образования и науки создать инфраструктурный комплекс, включающий в себя несколько типов инфраструктурных элементов (например, технопарк и ЦТТ, или БИ и ЦТТ).

Практически гарантировано эти вузы становились лидерами инновационных процессов в регионе. Данное утверждение полностью относится к ФГБОУ ВПО «Донской государственный технический университет» (ДГТУ).

Инновационная инфраструктура ДГТУ создавалась на основе понимания классической инновационной цепочки: от инновационной идеи до инновационного продукта. При этом основное внимание уделялось этапу «входа» в инновационную цепочку, т.е. этапу появления инновационной идеи. Все усилия концентрировались вокруг оборудования лабораторного парка, постановки необходимых НИОКР, а процессам получения инвестиций, выводу продукции на рынок, бизнес-планированию и бизнес-моделированию и продажам внимания не уделялось; лишь в небольшом количестве технических университетов при построении инновационной инфраструктуры учитывались более полные инновационные циклы.

Существующая инновационная инфраструктура ДГТУ создавалась в результате многолетних последовательных действий, направленных на обеспечение инновационной деятельности университета. Инновационный инфраструктурный комплекс ДГТУ позиционируется также и как процессный, организуя процессы и события национального и международного уровня, оказывающие существенное влияние на развитие инновационной системы региона и области, продвижение России на высокотехнологичные рынки.

Реализация поставленных приоритетных направлений и процессов развития Инновационного Интерфейса предопределяет необходимость совершенствования механизмов управления научными и инновационными проектами и механизмов взаимодействия с бизнес-сообществом и институтами РАН в части эффективной коммерциализации перспективных технологий и разработок, а также информационное обеспечение инновационного процесса.

Основным преимуществом выбранного сценария реализации развития инновационной инфраструктуры университета – Интерфейса – является возможность модификации непосредственно самого устройства, не перестраивая принципов его сопряжения с внешними и внутренними компонентами.

Архитектура Инновационного Интерфейса – сервис-ориентированная, т.е. любая функция системы может быть представлена в виде интерфейса, выступающего как в качестве способа соединения, так и в качестве места связи, а взаимодействие систем (определяемое как взаимодействие функций через их интерфейсы) представлено через протокол – регламент, позволяющий систематизировать информационные потоки, описываемый сервис-контрактом. В данном случае сервисы – объекты инновационной инфраструктуры университета, обладающие набором функций и

направленные на оказание определенной услуги инновационно-научно-образовательного характера.

Инновационный Интерфейс ДГТУ во взаимодействии с исследовательскими институтами университета – основа для создания и продвижения инновационных технологий для экономики России в важнейшие приоритетные инвестиционные проекты [1].

Вместо прямой трассировки функций, основанной на оптимизации процесса движения, получаем следующий процесс в рамках функционирования модели интерфейса: функции привязываются к сервисам – услугам, а уже сервисы реализуются тем или иным элементом инфраструктуры. Такой подход позволяет постоянно оптимизировать инновационный процесс «от создания инновационной идеи к результату интеллектуальной деятельности».

В то же время, для эффективного функционирования модели инновационного интерфейса должны быть реализованы следующие специфические процессы:

- осуществление технологического форсайта по направлениям развития университета;
- формирование теоретических и практических основ инфраструктурного комплекса Инновационного Интерфейса;
- оснащение объектов инновационной инфраструктуры современным оборудованием и программным обеспечением, необходимым для внедрения в реальный сектор экономики результатов научно-технической деятельности университета и его партнеров;
- развитие объектов региональной инновационной инфраструктуры в необходимой последовательности и динамике;
- развитие взаимодействия с ведущими российскими и зарубежными исследовательскими коллективами, в том числе ведущими научными школами страны и мира по направлениям развития университета;
- развитие взаимодействия с промышленными предприятиями на долгосрочной основе;
- осуществление правовой охраны и оценки результатов интеллектуальной деятельности, права на которые принадлежат университету;
- разработка и реализация программ подготовки и повышения квалификации кадров в сфере инновационного менеджмента, малого инновационного предпринимательства, защиты интеллектуальной собственности;
- разработка учебно-методологического и научно-методического обеспечения субъектов и процессов инновационного предпринимательства;
- организация стажировок и повышения квалификации в сфере инновационного предпринимательства и трансфера технологий сотрудников

как университета, так и предприятий региональной инновационной инфраструктуры;

- оказание консалтинговых услуг, с привлечением российских и иностранных экспертов в сфере инноваций.

#### Библиографический список

1. Изотов, М.А. Инновационный интерфейс научно-образовательного процесса: сущность и перспективы развития / М.А. Изотов // Вестник Донского государственного технического университета. – 2012. – № 8

2. Клейнер, Г.Б. Эволюция институциональных систем [Текст] / Г. Б. Клейнер; ЦЭМИ РАН. – М.: Наука, 2004.

3. Селезнев, А.З. Институциональные формы науки [Текст] / А.З. Селезнев // Экономист. – 2004. – №9. – С.24-36

4. Титова, В.А. Сфера образования и многоотраслевые интегрированные структуры: пробл. и перспективы взаимодействия [Текст] / В.А. Титова, О.Л. Лямзин // Качество. Инновации. Образование. – 2006. – №4. – С. 6-12.

}} Izotov M.A.

}} **Innovative interface as a model of development of innovative infrastructure of the University complex**

}} **Abstract.** An objective trend of development of innovation infrastructure of scientific and educational activities is the result of purposeful development of traditional universities and creation on their basis of research universities in innovation type. In the article the features of formation and development of innovative University complex Interface as the basis for the creation and promotion of innovative technologies in critical priority investment projects. **Keyword:** innovative activity, University complex, innovative infrastructure

УДК 355.11

А. Н. Калинин

Вольский военный институт материального обеспечения, Вольск,  
Россия

## ЧАСТНЫЕ ВОЕННЫЕ КОМПАНИИ: АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ, УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ И ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ПРИРОДЫ

**Аннотация:** в статье выполнен анализ экономической, управленческой и организационной природы частных военных компаний. Показано, что с экономической точки зрения она выполняет функции регулярных войск на платной основе. С организационной точки зрения она содержит в основном только профильные подразделения, что обуславливает потребность привлечения внешних провайдеров. С управленческой точки зрения в управлении ею необходимо сочетать инструменты военного управления и гражданского менеджмента.

**Ключевые слова:** частная военная компания, регулярные войска

Частные военные компании (ЧВК), под которыми в широком смысле понимают частные, ориентированные на получение прибыли коммерческие структуры, оказывающие услуги по содействию регулярным войскам в выполнении боевых операций и по их обеспечению, получили в наши дни широкое распространение. Как и в других случаях передачи на аутсорсинг государственных функций, популярность ЧВК связана с их способностью более эффективно выполнять соответствующие задачи по сравнению с профильными государственными структурами (в ситуации с ЧВК в качестве таких структур выступают регулярные вооруженные силы).

Тем не менее, в настоящее время единого определения частных военных компаний пока не сложилось. Во многом это связано со сложностью вычленения ЧВК из других форм частно-государственного сотрудничества в области обеспечения военной безопасности. Очевидно, что в этой сфере, несмотря на то, что выполнение боевых задач традиционно относится к монополии государство, само государство собственными силами осуществлять все функции, связанные с выполнением боевых задач, не в состоянии. В частности, государство традиционно заказывает у частных производителей (в том числе и иностранных) военную технику, привлекает частных подрядчиков к строительству зданий для нужд вооруженных сил, приобретает у коммерческих поставщиков продукты для организации питания военнослужащих [4, 9 10, 13,] и т. д. Попытка отказаться от



привлечения внешних поставщиков при решении этих задач (когда ВС обладают собственными вспомогательными подразделениями, занимающимися производством вооружением, пошивом одежды, продукции сельского хозяйства и т. д.) приведет к тому, что армия станет громоздкой, плохо управляемой организацией с неэффективной структурой личного состава (когда на одного сотрудника боевых подразделений будет приходиться несколько сотрудников обеспечивающих частей). Кроме того, поскольку ВС сами не занимаются коммерческой деятельностью, а финансируются из государственного бюджета, такая модель организации деятельности почти наверняка станет причиной финансовой непрозрачности ВС. Отметим, что даже в советской армии, отличающейся высокой степенью хозяйственной автономии (см., например, [18], такая модель в полном объеме внедрена не была. Неслучайно и то, что ее неэффективность привела к активному внедрению аутсорсинговой модели, предполагающей выведение непрофильных функций за пределы ВС [7, 11, 12, 14].

Так или иначе все эти виды деятельности связаны с обеспечением текущего функционирования ВС, и коммерческие предприятия, занимающиеся производством соответствующих товаров, выполнением работ и оказанием услуг теоретически могут быть отнесены к ЧВК (поскольку, будучи частными структурами, они занимаются обеспечением обороноспособности государства). Однако такой широкий подход к пониманию ЧВК некорректен в методологическом отношении и неудобен с точки зрения практики (к ЧВК придется относить любую компанию, хоть раз выполнившую заказ для ВС). Тем не менее, единые, получившие признание как у исследовательского сообщества, так и у представителей ВС критерии выделения ЧВК из всей совокупности коммерческих предприятий, выполняющих заказы в интересах ВС, пока предложены не были.

В данной статье мы выполним анализ основных подходов к определению понятия ЧВК, попытаемся предложить собственное определение, которое было бы свободно от недостатков существующих определений. Кроме того, мы выполним анализ существующих классификаций ЧВК и опишем преимущества ЧВК по сравнению с регулярными вооруженными силами, а также рассмотрим специфику ЧВК как объекта управления.

В работе [20] ЧВК предлагается понимать как «компании, которые предоставляют все виды услуг по оказанию помощи, обучению и консультированию по вопросам безопасности и услуг по обеспечению охраны, т.е. начиная с оказания невооруженной материально-технической поддержки и кончая предоставлением вооруженных охранников, и компании, которые участвуют в оборонительных или наступательных военных и (или) связанных с обеспечением охраны операциях, особенно в районах вооруженных конфликтов и (или) в контексте постконфликтных

ситуаций». К сожалению, по нашему мнению, авторы этого определения попали в логическую ловушку: желая дать максимально полное определение ЧВК, они сделали его чрезмерно широким, в результате чего к нему можно относить любую компанию, когда-либо выполнявшую заказы для нужд ВС. Необходимо не относить к ЧВК любую компанию, которая была задействована в обеспечении ВС, а выявить те характеристики ЧВК, которые позволят однозначно и внутренне непротиворечиво противопоставить ее другим коммерческим структурам, привлекавшимся к обслуживанию потребностей ВС РФ.

Согласно [27] частная военная (охранная) компания – это «любая компания, предлагающая на коммерческой основе услуги, связанные с обеспечением, подготовкой, координацией или управлением персоналом безопасности, или реформированием институтов безопасности». Легко убедиться в том, что это определение страдает теми же недостатками как и то, анализ которого был выполнен выше.

Эти два примера (заимствованные из иностранных исследований, в которых освещается практика тех стран, где накоплен большой опыт применения ЧВК) наглядно иллюстрирует то, насколько сложно выделить ЧВК из всей совокупности форм частно-государственного сотрудничества в военной сфере. Эта сложность нередко подталкивает исследователей к тому, чтобы в своих работах, посвященных функционированию ЧВК, просто отказываться от анализа сущности их деятельности, от выяснения их военной, экономической, организационной и социальной природы, и надеяться на интуитивное понимание читателями того, что в современном мире понимается под термином ЧВК. Такой подход оправдан с практической точки зрения, однако очень неудобен с точки зрения методологической, делая ЧВК чрезвычайно размытым понятием.

Интерес представляет определение, предложенное А. Сырхаевым [22]. Согласно ему, «частная военная компания - это организация частного права, оказывающая на контрактной и возмездной основе организациям публичного права аутсорсинговые услуги по осуществлению военных и охранных функций, традиционно принадлежащих субъектам международного права». Очень важно то, что в этом определении содержится указание на то, что ЧВК замещают регулярные вооруженные силы, и выполняют их функции на коммерческой основе. Именно это – выполнение функций ВС – и противопоставляет ЧВК всем другим формам частно-государственного сотрудничества в военной сфере. Тем не менее, это определение также не свободно от недостатков. Ключевым из них, по нашему мнению, является то, что в соответствии с ним ЧВК выполняют свои функции на основе аутсорсинга. Проблема заключается в том, что, несмотря на широкое распространение термина «аутсорсинг», в настоящее время отсутствует как его единое общепринятое определение, так и согласие

специалистов по поводу его организационной, экономической и правовой природы [3, 5, 6, 8, 11, 15, 23, 25]. По этой причине использование термина «аутсорсинг» для описания ЧВК нам представляется неудачным (хотя и получившим широкое распространение как в иностранной, так и в отечественной литературе [2]).

Мы предлагаем относить к ЧВК частные коммерческие организации, выполняющие на заказ те функции по ведению и обеспечению ведения боевых действий, которые обычно выполняются регулярными вооруженными силами. Безусловно, это определение также недостаточно конкретно, однако оно удобно как с практической точки зрения (в среде специалистов в целом существует единство мнение по поводу того, какие функции выполняются ВС), так и с точки зрения методологии, поскольку оно противопоставляет ЧВК другим формам привлечения частных компания для обслуживания военных потребностей государства.

На сегодняшний день предложено множество классификаций ЧВК.

В работе [29] ЧВК классифицированы по критерию того, каким из видов деятельности они занимаются:

- боевая тактическая поддержка;
- военное консультирование и обучение;
- поставки вооружения (или посредническая деятельность);
- военная и финансовая разведка;
- охранная и сыскная деятельность;
- логистическая поддержка

Эта классификация, по нашему мнению, не совсем корректна. Во-первых, существуют компании, которые предлагают не какой-либо один вид услуг из числа приведенных выше, а целый комплекс (например, боевую тактическую поддержку, логистику и охрану). Это, со всей очевидностью, исключает такие компании из данной классификации, что недопустимо. При этом сама классификация ЧВК по видам деятельности весьма удобна с практической точки зрения, поскольку она дает однозначную информацию потенциальным клиентам о том, какой вид услуг данные компании могут оказывать. Во-вторых, не все перечисленные виды деятельности характерны для ЧВК и интуитивно не соответствуют общепринятым представлениям о том, какие функции выполняются ЧВК. Представляется целесообразным исключить финансовую разведку и поставки вооружения (и, тем более, посредническую деятельность) из этого перечня.

В работе [21] со ссылкой на исследования таких зарубежных авторов, как М. Капарини и Ф. Шрайер, дается следующая классификация частных военных компаний:

- Частные охранные компании;
- Изготовители оборонной продукции;
- Частные военные компании, предоставляющие :

- технические услуги и обучение персонала;
- консультации, тыловое обеспечение и поддержку;
- силы для боевого использования;
- услуги в сфере миротворческих операций и распределения гуманитарной помощи;

Неофициальные силы;

Наемники.

Очевидно, что эта классификация методологически некорректна:

- Неясен критерий, по которому она строилась. Отдельные разновидности частных военных структур, которые она включает, могут быть противопоставлены друг другу по роду деятельности, степени вовлеченности в военные операции, юридическому статусу и т. д. – но противопоставление ни по одному из этих критериев не проведено последовательно. Неясно, почему консультации и обучение персонала отнесены к разным видам услуг, при этом консультации включены в ту же группу, что и тыловое обеспечение и поддержка (в «Справочнике по тыловому обеспечению НАТО», например, консультации относятся к техническим услугам);

- Она избыточно расширяет понятие частных военных компаний, по сути дела, включая в него все формы вовлечения гражданских юридических и физических лиц (наемники [16]) в военную деятельность государства. Строго говоря, к ЧВК в традиционном понимании этого термина могут быть отнесены только организации из третьей группы описанной выше классификации. Как мы уже говорили выше, данная классификация также показывает то, насколько сложно выделить ЧВК из всех разновидностей частно-государственного сотрудничества в военной сфере.

Как указывает К. А. Хажметов [26] в 2002 г. президент Международной ассоциации операций по стабилизации (International Stability Operations Association) Даг Брукс предложил классификацию поставщиков военных услуг (military service providers), включающую в себя три разновидности частных операторов. Для каждой разновидности он также дал описание присущих ей функций [26]:

– поставщики нелетальных услуг (nonlethal service providers). Они специализируются в области услуг по разминированию, логистике и консалтингу;

– частные охранные компании (private security companies). Они осуществляют охрану промышленных объектов, посольств, охрану и сопровождение гуманитарных мероприятий;

– частные военные компании (private military companies). Они занимаются военным обучением, военной разведкой, наступательные боевые действия.

Интересно отметить, что, согласно Дагу Бруксу, обучение военнослужащих должно быть отнесено не к нелетальным услугам (как было бы логично ожидать – поскольку консалтинг, например, включен в перечень нелетальных видов услуг), а к деятельности частных военных компаний в строгом смысле слова, т. е. фирм, непосредственно вовлеченных в выполнение боевых задач. Это представляется дефектом данной классификации. Кроме того, внутренними противоречиями страдает хотя само выделение нелетальных, охранных и боевых видов деятельности вполне. Дело в том, что выделение нелетальных видов услуг, оказываемых ЧВК, неявно предполагает дихотомию «летальный – нелетальный», а не предложенные Бруксом три разновидности видов деятельности. Иначе говоря, группе видов деятельности, выделенной по критерию летальности, противопоставляются две других группы видов деятельности, выделенных по содержанию решаемых задач. Таким образом, эта классификация нуждается в существующем виде не может быть использована для целей анализа деятельности ЧВК.

В 2003 г. Питером Уорреном Сингером была предложена классификация, включающая в себя четыре категории ЧВК [26] (русскоязычный перевод английских названий классификационных групп дан по В. А. Батырю [1]):

– компании-поставщики военных услуг (*military provider companies*) – компании, предоставляющие своим клиентам тактическую поддержку в ходе боевых действий, включая непосредственно участие в боевых операциях;

– военные консалтинговые компании (*military consulting companies*), осуществляющие стратегическое планирование, реформирование вооруженных сил, непосредственную тренировку армейских подразделений, обучение работе с новыми типами вооружений;

– компании военной логистики (*military support companies*), занимающиеся тыловым обеспечением войск и строительством военных объектов, обслуживающие армейские компьютерные системы или сложные системы вооружений. Приведенный В. А. Батырем русскоязычный термин для обозначения этой разновидности ЧВК нам представляется неудачным, поскольку деятельность компаний этой группы не сводится к логистическому обеспечению в строгом смысле слова, гораздо логичнее было бы использовать понятие «компании военного обеспечения» или «обеспечивающие компании» (что гораздо ближе по смыслу к англоязычному обозначению этих компаний);

– частные охранные компании (*private security companies*), действующие обычно в зонах боевых действий и которые в зависимости от обстановки могут проводить боевые операции против местных партизан или бандитов при защите объектов.

Главным критерием классификации является степень непосредственного участия компании в боевых действиях, поскольку, согласно Сингеру, в армиях вполне обоснованно существовало внутреннее разделение по этому признаку [26]. Отметим, что критерий вовлеченности компании в боевые действия по своей сути близок к критерию «летальности», который использовал Брукс, однако Сингеру удалось провести разграничение по предложенному им критерию более последовательно и избежать тех внутренних противоречий, которыми страдает классификация Брукса.

В отечественной литературе проблема классификации ЧВК фактически не рассматривалась. Можно указать только на два исключения. Первым из них является исследование К. А. Хажметова [26], однако оно заключалось не в построении новой классификации ЧВК, а в анализе тех классификаций, которые уже были предложены другими специалистами. Второе исключение – работа Н. Уварова, в которой предлагается следующую классификацию ЧВК [24] (критерием ее построения, насколько можно судить, служит степень вовлеченности в боевые операции):

- Фирмы-поставщики контингентов, т. е. предоставляющие личный состав для выполнения боевых и охранных операций (как правило, выступающие под видом охранных структур [21]);
- Консалтинговые фирмы (услуги по консультированию и обучению);
- Обеспечивающие фирмы (поддержка текущей деятельности ВС, в первую очередь материально-техническое обеспечение).

Легко убедиться в том, что классификация Н. Уварова тесно перекликается с классификацией – первые три элемента обеих классификаций фактически совпадают П. У. Сингера, разница между этим подходами заключается в том, что П. У. Сингер в качестве отдельной разновидности ЧВК предлагает выделять частные охранные компании. Это предложение, на наш взгляд, является логичным, поскольку позволяет точнее классифицировать ЧВК по степени вовлеченности в боевые операции. Таким образом, классификация Н. Уварова может быть признана неудовлетворительной.

Наибольшее распространение получила классификация П. У. Сингера. Именно она используется в большинстве отечественных публикаций (см., например, [1, 26]). Именно на нее мы будем опираться дальше при описании существующей практики деятельности ЧВК.

Компании военных услуг предоставляют заказчикам тактическую поддержку в ходе боевых действий (т. е. непосредственно берут на себя – полностью или частично – выполнение боевых задач в интересах заказчика).

Наиболее известными компаниями из числа относящихся к этой группе являются или являлись в прошлом: Executive Outcomes (ЮАР), Sandline International (Великобритания), DynCorp (США), Black Water (США),

Northbridge Services Group (американо-британская). Специфика деятельности этих компаний (их очень легко обвинить в наемничестве) ведет к тому, что им часто приходится менять названия и реорганизовываться чтобы избежать возможных преследований. Хорошим примером может быть американская ЧВК BlackWater (один из наиболее известных и крупных игроков на мировом рынке ЧВК) была вынуждена дважды изменить свое название после ряда громких скандалов (в 2009 г. она переименовалась в XE-Services, а в 2010 г. – в Academi ) [26].

Консалтинговые компании (их сфера деятельности включает в себя стратегическое планирование, подготовку военных специалистов и тренировку армейских подразделений, оценку политических и военных рисков, разведку и другие услуги информационно-консультационного характера) непосредственно в боевых действиях не участвуют, а обеспечивают их информационно-консультационную подготовку и сопровождение [26].

Наибольшую известность из компаний этой группы получила Military Professional Resources Inc. (MPRI), созданная в 1987 г. для оказания частной военной помощи в интересах США [26]. Руководство этой компании состоит из высокопоставленных отставных военнослужащих армии США (включая обладателей генеральских званий), персонал также комплектуется из бывших военных США.

Компания обладает большим опытом выполнения заказов в разных регионах мира [26]: Хорватия (1994 г.), Босния и Герцеговина (1995 г.; вообще говоря, работа во время боевых действий в бывшей Югославии была одним из наиболее ярких успехов MPRI, поскольку в результате ее привлечения к обучению военнослужащих хорватской армии и подготовке планов операций вооруженным силам Хорватии удалось ликвидировать Республику Сербская Краина), Албания (1995 г.), Нигерия (2000 г.), Афганистан (2001 г.), Ирак (2003 г.), Грузия (2008 г.), Южная Корея, Тайвань, Кувейт, Коста-Рика. Для России наибольший интерес представляет участие этой компании в подготовке карательной операции грузинской армии против Южной Осетии в августе 2008 г. Хотя эта операция кончилась провалом благодаря действиям российской армии по принуждению Грузии к миру [28], все же следует помнить о том, что ЧВК могут привлекаться к проведению боевых операций против России, и у Российской Федерации должен быть инструментарий для противодействия ЧВК. Очень важно, что эта опасность хорошо осознается руководством нашей страны, что нашло отражение в новой «Военной доктрине Российской Федерации», где ЧВК включены в перечень возможных военных угроз для России.

Разумеется, MPRI не является единственным представителем этой группы ЧВК. Еще одним примером может быть компания Vinnell

Corporation, която привлекателна е за провеждане на подготовката ВС Саудовска Арабия.

Деятелността на ЧВК следващата класификационна група (компания военна логистика) включва в комплексно тылово осигуряване въоръжените сили на страната-заказчик, строителство на военни обекти, техническо и транспортно аутсорсинг. Тези компании са по-сложни от обикновените граждански предприятия, тъй като те на първо място са граждански предприятия, чиято дейност (например, доставка на хранителни продукти или строителство) отговаря на определени заявки на ВС, и затова те са привлечени за изпълнение на военни поръчки. В света примери за такива компании са ATCO Frontec Corporation (САЩ), AKE Ltd. (САЩ), ICP Group (САЩ), Kellogg Brown and Root [26]. Много важно е, че Сингер избягва прекомерно разширяване на тази класификационна група и не включва в нея производители и доставчици на военна техника.

Частни охранни фирми (последна група ЧВК по Сингер) изпълняват разнообразни охранни функции [26]:

- охрана на важни личности (например, компанията DynCorp осигурявала охрана на президента на Афганистан Хамид Карзай), посолства (Triple Canopy Inc. осигурявала охрана на посолства в САЩ);

- охрана на обекти от стратегическо значение (американска компания Global Risk Strategies (САЩ) предоставяла такива услуги в Ирак и Афганистан; компанията Custer Battles взела на себе си охрана на аеропорта Багдад; охрана на енергетичната система на Ирак осигурявала компанията Hart Group)

- охрана на обекти на голям бизнес (в Ирак, където е висока вътрешната нестабилност, транснационалните нефтени компании, водещи на територията на тази страна изследване и добив на нефт, имат ефективна охрана на своите обекти, способна да противодейства на опити за въоръжено нападение, и именно такива услуги предоставят частни охранни компании; примери могат да бъдат охрана на нефтните полета и тръбопроводи, осигурявана от компанията XE Services и Erinys Iraq Limited);

- охрана на затвори (Titan Corporation осигурявала такава услуга в Ирак и Афганистан);

- защита на търговски кораби от пирати. Изискването за тази услуга е свързано с бързия растеж на пиратската активност в района на Африканския Рог. В тази област работи компанията Global Marine Security Systems;

- охранно придружение на хуманитарни и полицейски мисии (Kroll осигурявала охрана на хуманитарни конвои на ООН в Ирак и Афганистан).

Интересно е да се отбележи, че именно в сегмента на частни охранни услуги на световния пазар са представени руските компании, такива като Moran



Security Group, «РСБ-Групп» («Российские системы безопасности») и некоторые другие.

Преимущества и недостатки использования ЧВК (вместо собственных специализированных подразделений ВС) приведены в табл. 1.

Табл. 1. Сравнительный анализ достоинств и недостатков использования ЧВК (источник [30])

Достоинства	Недостатки
Большая гибкость	Более низкая прозрачность
Более высокое военное мастерство	Провоцирует другие государства на использование ЧВК
Снижение официальных потерь	Непредсказуемость поведения
Снижение затрат	Рост затрат

Кратко прокомментируем указанные в табл. 1 преимущества и недостатки ЧВК:

- Большая гибкость означает, что государству нет необходимости затрачивать ресурсы на постоянное содержание в составе своих ВС соответствующих подразделений. Оно получает возможность привлекать ЧВК для выполнения задач по мере возникновения потребности в их услугах, и прекращать контракт после его завершения;

- ЧВК вербуют своих сотрудников среди опытных профессиональных военнослужащих, что делает ЧВК более эффективными по сравнению с регулярными войсками, нередко укомплектованными людьми без опыта боевых действий и без надлежащей подготовки;

- Поскольку ЧВК не входят в структуру ВС, командованию ВС и руководству государства нет необходимости отчитываться перед избирателями о потерях, понесенных ЧВК в ходе выполнения ими боевых операций;

- ЧВК не отягощены вспомогательными подразделениями и привлекаются на ограниченное время, что снижает затраты на их использование по сравнению с собственными подразделениями ВС;

- ЧВК являются частными коммерческими структурами, обслуживающими государственные заказы. Эта сфера бизнеса отличается высокой непрозрачностью и коррумпированностью и ЧВК не исключение. Кроме того, деятельность ЧВК слабо регулируется международным и национальным законодательством, что оставляет им широкий простор для нарушения военных законов и законов страны выполнения заказа, при этом фактически освобождая их от ответственности;

- ЧВК могут сделать военные операции более кровопролитными и затяжными за счет того, что другие государства, сами не использующие ЧВК, но столкнувшиеся с применением ЧВК враждебной стороной и

убедившиеся в их высокой эффективности, сами попытаются использовать ЧВК для защиты своих интересов;

- ЧВК представляют собой коммерческие структуры, не связанные присягой, и работающие на основе контракта. Они могут отказаться его выполнять, если сочтут риски слишком высокими;

- Непрозрачность деятельности и высокое качество услуг, предоставляемых ЧВК, ведут к более высоким затратам на выполнение заказа, чем если бы соответствующие задачи поручались специализированным подразделениям ВС.

Таким образом, при принятии решения об использовании ЧВК потенциальному заказчику следует тщательно взвесить все преимущества и недостатки, связанные с их применением.

ЧВК как объект управления обладает значительной спецификой:

- Она является частной коммерческой структурой, направленной на получение прибыли, и находится вне государственной иерархической структуры;

- Она выполняет те виды деятельности, которые традиционно входили в сферу компетенции государства и его вооруженных сил, что требует сильного контроля функционирования ЧВК со стороны государства-заказчика во избежание нарушения действующего законодательства и для гарантии соблюдения прав человека;

- Персонал ЧВК комплектуется, как правило, из бывших военнослужащих, приученных к выполнению приказов и к высокой дисциплине, что делает ЧВК по модели управления близкой к подразделениям регулярной армии.

Иными словами, ЧВК занимает промежуточное положение между чисто государственной и чисто частной структурой (как объект управления, но не по своему статусу), что делает необходимым как при управлении ею со стороны собственного руководства, так и при выстраивании отношений с ней со стороны государства-заказчика поиск компромисса между военными и коммерческими методами управления.

Можно сделать следующие выводы:

- Частную военную компанию целесообразно понимать как частную коммерческую организацию, выполняющую на заказ те функции по ведению и обеспечению ведения боевых действий, которые обычно выполняются регулярными вооруженными силами;

- Частные военные компании различаются по содержанию выполняемых ими функций и задач и не всегда могут быть однозначно противопоставлены гражданским компаниям соответствующего профиля;

- С организационной точки зрения ЧВК представляет собой высокопрофессиональную организацию, предназначенную для решения

боевых или обеспечивающих задач, и минимизирующая объем непрофильных подразделений в своем составе;

- Использование ЧВК несет в себе как определенные выгоды, так и важные риски, и государству-заказчику необходимо при принятии решения о привлечении ЧВК производить сравнительный анализ выгод и рисков применительно к конкретной ситуации;

- ЧВК как объект управления занимает промежуточное положение между частной и военной структурой, и поэтому инструментарий управления ею (а также инструментарий управления отношениями с ней со стороны заказчика) должен сочетать методы, используемые в военном управлении и в управлении гражданскими предприятиями.

### Библиографический список

1. Батырь В. А. Международное гуманитарное право. М.: Юстицинформ, 2011. – 688 с.
2. Башкиров Н., Туляков О. Аутсорсинг в странах НАТО // Зарубежное военное обозрение. – 2013. - № 6. – С. 37-43.
3. Витко В. С., Цатурян Е. А. Юридическая природа договоров аутсорсинга и аутстаффинга. М.: Статус, 2012. – 128 с.
4. Иванцов Д. В. Оценка производственных возможностей предприятий оборонно-промышленного комплекса в интересах формирования государственного оборонного заказа в части закупок вооружения, военной и специальной техники // Вооружение и экономика. – 2014. - № 2. – С. 104-114.
5. Королев О. Б. Теория и практика обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур на основе инструментов аутсорсинга. Монография. М.: Издательство Элит, 2014. — 208 с.
6. Котляров И. Д. Сущность аутсорсинга как организационно-экономического явления // Компетентность. – 2012. - № 5. – С. 28-35.
7. Котляров И. Д. Применение аутсорсинга в государственной деятельности в Российской Федерации // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2012. - № 2. – С. 112-120.
8. Котляров И. Д. Нужен ли отдельный договор аутсорсинга? // Нотариус. – 2014. - № 1. – С. 19-23.
9. Кречетнев Р. Н., Курбанов А. Х., Пахомов В. И. Риски государственно-частного партнерства при реализации проектов строительства объектов военно-складской инфраструктуры // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2014. - № 2. – С. 256-266.
10. Кулешов С. А., Керимова Л. Т. Основные направления и зарубежный опыт реализации государственно-частного партнерства в ракетно-космической отрасли // Вопросы региональной экономики. – 2012. – Т. 11. - № 2. – С. 107-113.
11. Курбанов А. Х. Аутсорсинг: теория, методология, специфика применения в военной организации. СПб.: Копи-р Групп, 2011. – 277 с.
12. Курбанов А. Х. Механизм реализации аутсорсинга в системе материально-технического снабжения ВС РФ: проблемы и пути решения // Вооружение и экономика. – 2011. - № 2. – С. 71-80.

13. Курбанов А. Х., Князьнеделин Р. Оценка и отбор исполнителей государственного заказа // Проблемы теории и практики управления. – 2013. - № 9. – С. 130-136.
14. Курбанов А. Х., Курбанов Т. Х., Плотников В. А. Модель военно-экономического обоснования стационарной системы хранения материально-технических средств тыла для ВС РФ нового облика // Вооружение и экономика. – 2011. - № 1. – С. 139-148.
15. Курбанов А. Х., Плотников В. А. Аутсорсинг: история, методология, практика. М.: Инфра-М, 2011. – 112 с.
16. Небольсина М. А. Феномен частных военных и охранных компаний: проблемы легитимности // Ежегодник Института международных исследований Московского государственного института международных отношений (университета) Министерства иностранных дел Российской Федерации. – 2014. - № 3-4. – С. 196-205.
17. Плотников В. А. Интеграция военного и гражданского секторов экономики как тенденции строительства военной организации страны (по материалам Тыла Вооруженных Сил Российской Федерации) // Вооружение и экономика. – 2010. - № 2. – С. 85-88.
18. Плотников В. А., Пахомов В. И. Совершенствование системы сельскохозяйственных предприятий Минобороны России // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. – 2006. - № 3. – С. 283-288.
19. Погудаева М. Ю., Оркуша М. А. Основные формы экономического взаимодействия частного бизнеса и государства // Экономический журнал. – 2012. – Т. 1. - № 25. – С. 110-119.
20. Поощрение и защита всех прав человека, гражданских, политических, социальных и культурных прав, включая право на развитие. Доклад рабочей группы по использованию наемников как средства нарушения прав человека и противодействия осуществлению права народов на самоопределение // Документ ООН A/HRC/7/7, 9 января 2008. Доступно онлайн по адресу: <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G08/100/77/PDF/G0810077.pdf?OpenElement>. Проверено 23.07.2015.
21. Сорокин А. В. Зарубежный опыт применения аутсорсинга в сфере обороны и военной безопасности // Военное право. – 2014. - № 2. – С. 168-188.
22. Сырхаев А. А. Сравнительно-правовое исследование термина «частная военная компания» // Международное публичное и частное право. – 2012. - № 1. – С. 19-21.
23. Тушавин В. А. Особенности аутсорсинга в сфере информационно-коммуникационных технологий // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2014. - № 1. – С. 79-86.
24. Уваров Н. Бизнес на службе Пентагона // Зарубежное военное обозрение. – 2009. - № 5. – С. 3-8.
25. Уильямсон О. И. Аутсорсинг: транзакционные издержки и управление цепями поставок // Российский журнал менеджмента. – 2010. – Т. 8. - № 1. – С. 71-92.
26. Хажметов К. А. Классификация частных военных и охранных компаний // Научно-аналитический журнал Обозреватель – Observer. – 2014. - № 5. – С. 83-92.
27. Coayne J. et al. Beyond Market Forces. A Feasibility Study for a Standards Implementation and Enforcement Framework for the Global Security Industry. International Peace Institute. 2008.
28. Kotlyarov I. The Logic of South Ossetia Conflict // Russia in Global Affairs. – 2008. – V. 6. – No 4. – P. 131-146.

29. Private Military Companies: Options for Regulation. United Kingdom Foreign and Commonwealth Office. London: The Stationary Office. HC 577. 2002. February 12. Доступно онлайн по адресу: [http://www.fco.gov.uk/resources/en/pdf/pdf4/fco\\_pdf\\_privatemilitarycompanies](http://www.fco.gov.uk/resources/en/pdf/pdf4/fco_pdf_privatemilitarycompanies). Проверено 23.06.2014.

30. Stanger A., Williams M. E. Private Military Corporations: Benefits and Costs of Outsourcing Security // Yale Journal of International Affairs. – 2006. – V. 2. – Issue 1. – P. 4-19.

~ A. N. Kalinin

~ **Private military companies: an analysis of economic, organizational and management nature**

~ **Abstracts:** the present paper contains an analysis of economic, organizational and management nature of private military companies. From the economic point of view they represent a commercial operator for military orders. From the organizational point of view they almost do not have auxiliary services and have to attract professional providers. Private military company management should be based on combination of tools of military and commercial management

~ **Key words:** private military companies, regular army

**УДК 338.32.053.4**

**Д.А. Гайнанов, О.Г. Кантор, Е.С. Каширина**

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки  
Институт социально-экономических исследований Уфимского  
научного центра Российской академии наук, Уфа, Россия

## **ПРИМЕНЕНИЕ СИНЕРГЕТИЧЕСКОГО ПОДХОДА К МОДЕЛИРОВАНИЮ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ**

**Аннотация.** Российская Федерация (РФ) существенно отстает от ведущих стран в области внедрения и использования возобновляемых источников энергии (ВИЭ). Такое состояние объясняется, во-первых, обеспеченностью собственными запасами традиционных топливно-энергетических ресурсов, а, во-вторых, тем, что долгое время проблеме ВИЭ не уделялось должное внимание, как следствие, отсутствовали какие-либо государственные механизмы их поддержки. В этой связи особую актуальность приобретает проблема определения возможных соотношений использования возобновляемых и традиционных источников энергии (ТИЭ).

**Ключевые слова:** Возобновляемые источники энергии, синергетический подход, энергетическая система, модель Лотки-Вольтерра.

Решение задачи определения возможных соотношений использования возобновляемых и традиционных источников энергии с учетом сложности системы, очевидно, следует проводить на основе математического моделирования. И одной из основных задач при этом является построение модели, адекватно отражающей соотношение ВИЭ и ТИЭ в энергетической системе РФ. Наличие такой модели должно обеспечивать не только выявление сложившихся тенденций в энергетической сфере РФ, но и возможность оценки последствий от воздействий на нее.

Математическое описание энергосистем в силу их сложности подразумевает использование специфических подходов таких как, например, синергетический, основная задача которого заключается в изучении процессов самоорганизации систем.

Синергетика, будучи междисциплинарной наукой, позволяет использовать одни и те же модели для объектов различной природы. В рамках синергетической науки выработан набор базовых математических моделей, к которым относится и модель межвидовой конкуренции Лотки-Вольтерра. Большой интерес со стороны ученых названная модель вызывает в силу обоснованности заложенных в нее предположений и полученных выводов. Основным достоинством модели Лотки-Вольтерра является то, что на ее основе с помощью рассмотрения упрощенных закономерностей возможно осуществлять изучение качественного характера поведения систем.

Модель Лотки-Вольтерра (1) широко используется в различных областях науки: в работах по кинетике химических реакций [1] и динамике микробных экосистем [2], при моделировании процессов видообразования [3] и активности нейронов [4], в математической экономике [5], астрофизике [6], гидродинамике [7], при описании социальных и экономических взаимодействий [8, 9, 10, 11, 12, 13].

$$\begin{cases} \frac{dx}{dt} = ax - mxy, \\ \frac{dy}{dt} = kmxy - cy. \end{cases} \quad (1)$$

Здесь  $x$  – численность жертв;  $y$  – численность хищников;  $a$  – коэффициент прироста жертвы в единицу времени при отсутствии хищников ( $y = 0$ );  $-c$  – коэффициент исчезновения хищника в единицу времени при отсутствии жертвы ( $x = 0$ ); множитель  $m$  показывает количество жертв, потребляемых хищником за единицу времени; коэффициент  $k$  характеризует часть полученной с биомассы жертв энергии, расходуемой на воспроизводство (при этом остальная часть тратится на поддержание основного обмена);  $a, c, k, m > 0$ .

Модель Лотки-Вольтерра обладает некоторыми недостатками. Примером одного из математических недостатков выступает

консервативность, в силу которого даже малые изменения параметров системы могут привести к качественному изменению поведения решения. С биологической точки зрения недостаток заключается в отсутствии факторов, оказывающих сильное влияние на динамику популяций (ограниченность ресурсов жертвы и хищника, эффект насыщения хищника и т.д.). Тем не менее, модель (1) позволяет описывать поведения сложных систем различной природы с помощью простых закономерностей, и эффективность этого подхода неоднократно была доказана [14, 15, 16, 17, 18, 19].

В настоящей работе представлены результаты моделирования использования возобновляемых источников энергии (ВИЭ) и традиционных источников энергии (ТИЭ) на основе системы дифференциальных уравнений Лотки-Вольтерра. За основу модели использования традиционных и возобновляемых источников энергии была принята модель (1). Производство электроэнергии на основе использования ВИЭ обозначается переменной  $x$ , а производство электроэнергии на основе ТИЭ –  $y$ . Слагаемое  $ax$  в первом уравнении модели (1) отражает рост производства электроэнергии на основе ВИЭ в отсутствие ТИЭ: очевидно, что в этом случае можно ожидать приращения производства электроэнергии на базе ВИЭ пропорционально уже произведенному количеству электроэнергии. Слагаемое  $-cy$  во втором уравнении объясняется следующим образом. В отсутствие ВИЭ, по сути, исчезает конкурент для производителей электроэнергии на базе ТИЭ, которые могут получать те же прибыли, увеличивая цены на свою продукцию при сокращении объемов производимой электроэнергии.

Слагаемые, пропорциональные произведению  $xy$ , отражают приращения производства электроэнергии от взаимодействия двух видов источников. Учитывая, что на сегодняшний день производство электроэнергии на основе ТИЭ является более распространенным и обеспечивающим меньшую его стоимость для потребителей, можно предполагать, что потребитель, имея возможность выбора, предпочтет электроэнергию на основе ТИЭ, что отрицательно скажется на приращении переменной  $x$ , и напротив, положительно – на приращении переменной  $y$ . При этом все объемы потребления, которые «потеряют» производители электроэнергии на базе ВИЭ, очевидно, должны быть обеспечены электроэнергией на базе ТИЭ. Это позволяет принять параметр  $k$  равным 1.

Расчет параметров модели использования ВИЭ и ТИЭ проводился на основании данных официальной статистической отчетности РФ с помощью прикладного пакета программ Mathcad. Полученные параметры позволяют записать модель использования ВИЭ и ТИЭ следующим образом:

$$\begin{cases} \frac{dx}{dt} = 3,9956x - 0,000004xy, \\ \frac{dy}{dt} = 0,000004xy - 0,0172y. \end{cases} \quad (2)$$

Высокая точность модели (2) подтверждается средними ошибками аппроксимации:  $A_y = 1,094\%$ ;  $A_x = 1,094\%$  (рис. 1).

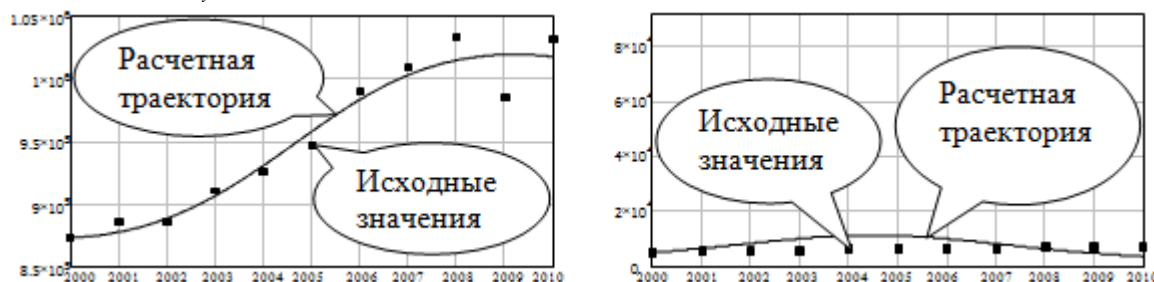


Рис. 1 Траектории выработки электроэнергии на основе ТИЭ (слева) и ВИЭ (справа)

На основании системы (2) были определены 2 стационарных состояния: первое –  $x = 0, y = 0$  – соответствует отсутствию выработки электроэнергии, а потому не представляет интереса для исследования, второе –  $x = 944300, y = 4065$  – является особой точкой внутри фазовых кривых – центром. Фазовые траектории в окрестностях стационарного состояния являются замкнутыми линиями, соответствующими начальным значениям за 2000-2010 гг. Возникновение отрицательной обратной связи проявляется в том, что при уменьшении выработки электроэнергии на базе невозобновляемых источников, наблюдается рост выработки электроэнергии на базе ВИЭ.

Исследования модели (2) показали, что энергетическая система РФ с 2000 по 2005 гг. стремилась к точке равновесия. Затем наблюдалось некоторое отдаление от нее. Максимальное удаление от равновесного состояния было в 2008 г. Этот год следует рассматривать как период наилучшей возможности для осуществления качественного «скачка» в энергетической сфере РФ. Однако никаких мер для этого принято не было, и далее энергосистема стала возвращаться в «комфортное» (стационарное) состояние.

В рамках построенной модели (2) было исследовано влияние изменения начальных условий на поведение энергетической системы РФ. Было установлено, что с ростом доли электроэнергии, произведенной на основе ВИЭ:

- энергетическая система РФ удаляется от своего стационарного состояния;
- увеличивается длительность циклов – периодов предсказуемого развития энергетической системы РФ;
- сокращается разброс между максимальным количеством электроэнергии, произведенной на основе использования ВИЭ в совокупном объеме производства электрической энергии, и аналогичным начальным значением, выраженными в процентах.

Полученные результаты подтверждают тенденции, сложившиеся в энергетической сфере РФ, при этом количественные оценки, составляющие суть последнего из представленных выводов, могут рассматриваться в



качестве основания для разработки целевых показателей при формировании стратегий и программ развития энергетики в целом.

#### Библиографический список

1. Kerner, E. H. A dynamical approach to chemical kinetics: mass-action laws as generalized. *Bull. Math. Biophys.* – 1972. – Vol. 34, № 2. – P. 243-275.
2. Пых, Ю. А. Математический анализ модели культивирования микроводорослей на многокомпонентной среде // Сборник трудов по агрономической физике. Вып. 38. – Ленинград, 1976. – С. 82-84.
3. Розоноэр, Л.И., Седых, Е.И. О механизмах эволюции самовоспроизводящихся систем, III // Автоматика и телемеханика. – 1979. – № 5. – С. 137-148.
4. Cowan, J.D. A statistical mechanism of nervous activity. M. Gerstenhaber (Ed.), *Lectures on Mathematics in the Life Sciences 2*. Providence, R.I.: Am. Math. Soc. – 1970. – P. 1-57.
5. Gandolfo, G. *Mathematical methods and models in economic dynamics*. Amsterdam: North-Holland Publ. Co. – 1971. – 511 p.
6. Чандрасекар, С. Введение в учение о строении звезд. – М.: ИЛ, 1950. – 466 с.
7. Нелинейные системы гидродинамического типа / Ф.В. Должанский, В.И. Кляцкин, А.М. Обухов, М.А. Чусов. – М.: Наука, 1974. – 163 с.
8. Иваницкий, Г.Р. На пути второй интеллектуальной революции // Техника кино и телевидения. – 1988. – № 5. – С. 33-39.
9. Коровкин, А.Г., Лапина, Т.Д., Полежаев, А.В. Согласование спроса на рабочую силу и ее предложения: федеральный и региональный аспекты // Проблемы прогнозирования. – 2000. – № 3. – С. 73-88.
10. Коровкин, А.Г., Наумов, А.В. Социально-экономические проблемы формирования рациональной занятости // Экономика и математические методы. – 1990. – Т. 26, Вып. 5. – С. 861-870.
11. Милованов, В.П. Об одном подходе к моделированию механизмов ценообразования // Экономика и математические методы. – 1994. – Т. 30, Вып. 1. – С. 137-147.
12. Dasarthy, B. V. Dynamics of a class of social interaction systems. *Intern. J. Syst. Sci.* – 1974. Vol. 5, № 4. – P. 329-333.
13. Плотинский, Ю.М. Теоретические и эмпирические модели социальных процессов: Учеб. пособие. – М.: Логос, 1998. – 279 с.
14. Oster, G. F., Perelson, A. S. Chemical reaction dynamics, I. *Arch. Rat. Mech. and Analysis.* – 1974. – Vol. 55, № 3. – P. 230-274.
15. Samuelson, R. A. Generalized predator-prey oscillations in ecological and economic equilibrium. *Proc. Nat. Acad. Sci.* – 1971. – Vol. 68, № 3. – P. 980-983.
16. Jones, C. W. On reducible non-linear differential equations occurring in mechanics. *Proc. Roy. Soc.* – 1953. – Vol. 217. – P. 327-343.
17. Коровкин, А.Г. Согласование динамики вакантных рабочих мест и рабочей силы в России // Проблемы прогнозирования. – 1999. – № 2. – С. 73-84.
18. Балацкий, Е.В., Коньшев, В.А. Взаимодействие государственного и частного секторов России: проблема достижения равновесия // Общество и экономика. – 2004. – № 1. – С. 3-17.
19. Dasarthy, B. V. On a generalized dynamic model of bistate social interaction process. *Intern. J. Syst. Sci.* – 1974. – Vol. 5. – P. 499-506.

D.A. Gayananov, O.G. Kantor, E.S. Kashirina  
**A synergetic approach to building a model of energy system of the  
 Russia**

» **Abstract.** The Russian Federation (RF) significantly lags behind the leading countries in the field of introduction and use of renewable energy sources (RES). Such state is explained, first, by security with own stocks of traditional fuel and energy resources, and, secondly, that for a long time due attention to a problem of RES wasn't paid, as a result, there were no state mechanisms of their support. In this connection a problem of definition of possible proportions of the use of renewable and the traditional energy sources (TES) is gaining the special actuality.

» **Keywords:** renewable energy sources, synergetic approach, energy system, Lotka-Volterra model

**УДК 338.2**

**О.Н. Киселева**

ФГБОУ ВПО «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю. А.», г. Саратов, Россия.

## **О НЕОБХОДИМОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**Аннотация.** В статье рассматривается проблема повышения эффективности систем управления российскими предприятиями. В качестве инструмента обеспечения результативности систем управления предлагаются организационно-управленческие инновации.

**Ключевые слова:** стратегия, развитие, технологические инновации, организационно-управленческие инновации, российские предприятия.

В данной статье автору хотелось бы обратить внимание на такой актуальный в настоящее время вопрос, как повышение эффективности систем управления отечественными предприятиями. В контексте непрерывного изменения условий окружающей среды, увеличения интенсивности конкурентной борьбы, появления на рынке новых технологически развитых игроков российские предприятия вынуждены в ограниченный срок найти «решение», которое позволит им справиться с возникающими сложностями. Ведь речь идет уже не столько о перспективе развития, сколько о сохранении и удержании своих позиций на внешнем и внутреннем рынке.

В современных условиях в качестве такого «решения» выступают инновации. Инновационная составляющая является определяющим

фактором функционирования для любого современного предприятия, сегмента рынка и экономики в целом. Прорывные технологии, сокращение циклов обновления товаров и услуг, открытие принципиально новых сегментов и видов деятельности – таковы на сегодняшний день условия выживания в авангарде экономического лидерства.

«Основные характеристики» направления инновационного развития нашей страны отображены в Стратегии инновационного развития Российской Федерации (далее – Стратегия) [11]. В документе указаны цель и задачи инновационного развития, обоснован выбор «варианта достижения лидерства в ведущих научно-технических секторах и фундаментальных исследованиях», указаны основные целевые показатели, сформулированы условия для обеспечения достижения поставленных целей.

В рамках создания среды, «дружественной для инноваций», основными результатами, согласно Стратегии, должны стать:

- устранение барьеров, сдерживающих расширение масштабов инновационной активности предприятий и распространение в экономике передовых технологий,

- усиление стимулов на уровне компаний к постоянной инновационной деятельности, к использованию и разработке новых технологий для обеспечения конкурентоспособности бизнеса,

- создание благоприятных условий для создания новых высокотехнологичных компаний и развития новых рынков продукции (услуг) [11].

При этом в качестве основных мер по обеспечению указанных результатов, наряду с попытками стимулирования роста мотивации отечественных предприятий к осуществлению инновационной деятельности и упрощения процедур и регламентов вывода инноваций на рынок, совершенно не рассмотрены меры по оптимизации/адаптации действующих систем управления с целью их приведения в соответствие с инновационной деятельностью. Вопросы совершенствования систем управления затрагиваются в Стратегии в рамках систем государственного управления, а также общественного сектора, инфраструктурных отраслей и в социальной сфере. Другими словами, в сферах, напрямую не связанных с разработкой и внедрением технологических форм инноваций. Кажется, что такой подход не обеспечивает создание благоприятных условий для инновационного развития отечественных предприятий.

Автором утверждается, что система управления предприятием, наряду с персоналом, техникой, технологиями и другими элементами, является составляющей инновационного потенциала предприятия [4, С. 88]. Поэтому внедрению продуктовых и технологических форм инноваций на отечественных предприятиях должна предшествовать реализация мероприятий по созданию благоприятной «управленческой среды». Система

управления предприятием представляет собой «совокупность всех элементов, подсистем и коммуникаций между ними, а также процессов, обеспечивающих заданное функционирование организации» [10, С. 76]. Соответственно, в современных условиях система управления является основополагающим фактором инновационного развития российских предприятий и определяет способность хозяйствующего субъекта к динамическому и качественному освоению новых видов продукции, современных технологий, прогрессивной техники. Именно система управления предприятием является той базой, которая обеспечивает преобразование идеи в материальный результат.

Здесь можно провести аналогию предприятия с домом, где фундамент дома – это система управления предприятием, а этажи – это этапы развития или уровни прогрессии развития хозяйствующего субъекта. Исходя из представленной аналогии «предприятие-дом» можно сказать, что мы никогда не сможем «построить» дополнительный этаж, если расчет параметров фундамента дома не предусматривал этого. Дополнительная нагрузка на основание, в лучшем случае, приведет к тому, что дом «осядет», появятся трещины. В худшем – произойдет разрушение. Соответственно, каждая попытка реализовать новый этап развития на базе неизменной, прежней системы управления не увенчается успехом, а приведет в конечном итоге к разрушению хозяйствующего субъекта в целом.

Таким образом, «в условиях динамичности современного производства и общества управление должно находиться в состоянии непрерывного развития» [3, С. 3].

Возможно именно по причине «инертности» систем управления отечественных предприятий наша страна до сих пор, несмотря на активную государственную политику и поддержку инновационной деятельности, не может достичь желаемых результатов. Так, на заседании президиума Совета при Президенте Российской Федерации по модернизации экономики и инновационному развитию России от 19 декабря 2014 года, заместителем Председателя Правительства Аркадием Дворковичем было отмечено, что «фактически не выросла доля организаций промышленного производства, которые осуществляют инновации, ...технологические, организационные или маркетинговые. ...Это говорит о том, что несмотря на создание, как было отмечено, необходимой инфраструктуры для инновационного развития и шаги, предпринятые по формированию территориальных кластеров, обеспечению финансовой поддержки, пока не удалось существенно увеличить активность бизнеса в этой сфере... по ряду причин повсеместного увеличения инновационной активности компаний не произошло» [9].

Современная система управления должна отвечать рыночным условиям:

- обладать высокой гибкостью производства, позволяющей быстро менять ассортимент изделий (услуг);
- быть адекватной сложной технологии производства, требующей совершенно новых форм контроля, организации и разделения труда;
- учитывать серьезную конкуренцию на рынке товаров (услуг);
- учитывать требования к уровню качества обслуживания потребителей и времени выполнения договоров, которые стали слишком высокими для традиционных производственных систем и механизмов принятия управленческих решений;
- учитывать изменение структуры издержек производства;
- принимать во внимание необходимость учета неопределенности внешней среды [3, С. 3].

Таким образом, основным требованием, которому должна удовлетворять система управления отечественных предприятий, является ее ориентация на рынок и способность создать благоприятные условия для развития хозяйствующего субъекта.

Инструментом «приведения» в соответствие действующих систем управления на отечественных предприятиях являются организационно-управленческие инновации как «изменения в системе управления с целью повышения ее эффективности и обеспечения способности отвечать современным требованиям внутренней и внешней среды» [5, С. 255]. Данная форма нетехнологических инноваций может представлять собой изменения в структуре управления, организационной структуре, численности работников предприятия, их функциональной нагрузке и других элементах системы управления. Основой таких изменений является «переориентация» управленческого воззрения и, как следствие, оптимизация деятельности и создание условий для развития. При этом специалистами указывается, что внедрение организационно-управленческих инноваций в деятельность промышленных предприятий важно как с позиций инновационного развития, так и в рамках «текущей» деятельности, что свидетельствует об «особой роли этих инноваций для повышения конкурентоспособности промышленных предприятий» [2, С. 116].

Обзор работ по проблеме инновационного развития показывает, что на сегодняшний день организационно-управленческим инновациям уделяется несправедливо мало внимания. Если в отношении продуктовых и технологических инноваций сформулированы концепции развития, разработаны эффективные технологии внедрения, созданы системы оценки, то вопросы, связанные с инновациями в системе управления, остаются «недоработанными». В частности, технические и технологические ресурсы рассматриваются специалистами как обеспечение разработки программ и механизмов реализации инновационной деятельности [1, С. 17]. Тогда как ресурсы управленческие в данном контексте не анализируются вовсе.

Сегодня мы можем наблюдать ряд «пробелов» как в теории, так и практики применения организационно-управленческих инноваций, а именно:

- отсутствие классификации, охватывающей все многообразие инноваций данной формы;
- отсутствие технологии внедрения с учетом специфики предприятий;
- отсутствие методики объективной оценки результатов внедрения;
- отсутствие единой базы результатов внедрения.

В свою очередь, малая теоретическая проработанность темы организационно-управленческих инноваций определяет «неспособность» или «боязнь» применения их в практике. Отечественными специалистами констатируется, что «российские компании значительно отстают от зарубежных компаний не только по уровню внедрения продуктовых и процессных инноваций, но и по уровню внедрения передовых практик менеджмента, которые отражаются в организационных и маркетинговых инновациях. Используемые организационно-управленческие инновации являются в основном догоняющими, они преимущественно базируются на зарубежном опыте» [7].

По мнению автора, такое положение дел явилось следствием господства на протяжении многих десятков лет административных принципов управления, подавляющих всякую инициативу. Исследования процессов внедрения новшеств на социалистических предприятиях свидетельствуют о «затяжном» и дорогостоящем характере процессов создания и освоения новшеств, что определяло наличие жестких процедур согласования, утверждения идей в различных органах государственного управления. Кроме того, установленные регламенты и опосредовавшие механизмы процессов еще больше «удлиняли» и усложняли внедренческие компании, делали их еще более дорогими [8]. Естественно, процессы внедрения организационно-управленческих инноваций были еще более продолжительными, учитывая отсутствие «материализованного» результата. Такие характеристики инновационных процессов явно не способствовали накоплению практики и отработки процедур разработки и внедрения как технологических, так и нетехнологических форм инноваций. Кроме того важно учитывать, что отрасли советской экономики были представлены предприятиями-гигантами, для которых «гибкость» и «своевременная реакция» были совсем не свойственны.

В результате, подавляющее большинство российских предприятий до сих пор функционирует на «остатках» административной системы, абсолютно не соответствующей современным требованиям ведения эффективного бизнеса. И хотя российская экономика уже продолжительное время называется «рыночной», на практике продолжают «работать» принципы управления, заложенные в прошлом столетии. Здесь же можно

добавить отсутствие необходимой практики и опыта, соответствующих знаний в сфере современных технологий и принципов управления, «неумение» руководителей проявлять «креативность» при реализации управления с целью достижения наилучших результатов.

Тем не менее, на сегодняшний день уже существует положительный опыт реализации организационно-управленческих инноваций на отечественных предприятиях. В качестве наиболее распространенных видов организационно-управленческих инноваций для российских предприятий специалистами указываются различные программы по обучению и развитию персонала; применение методов контроля и сертификации и внедрение информационных технологий. Так, «меры по развитию стратегического планирования осуществляли около 40% предприятий, которые вообще занимались управленческими инновациями» [7].

При этом если обратиться к результатам внедрения организационно-управленческих инноваций, то, как указывает Г. Хеймелом, «открытия в области менеджмента могут обеспечить компании первенство в конкурентной борьбе и принципиально изменить расстановку сил в отрасли. Возможности технологических и производственных инноваций куда скромнее» [12].

Подтверждением сказанного являются итоги работы, полученные в ходе реализации проекта по оптимизации системы управления на основе бюджетирования как организационно-управленческой инновации. В частности, результатами проекта стали:

- сокращение финансового цикла предприятия;
- экономия денежных средств в размере 12% за счет контроля за затратами и расходованием денежных средств, оптимизации оборотных средств;
- обеспечение контролируемости затрат по местам их возникновения «вплоть до рубля»;
- повышение ликвидности и платежеспособности предприятия;
- повышение ответственности и мотивации работников за достижение конкретных финансовых показателей;
- повышение прозрачности и управляемости финансовыми потоками предприятия;
- организация получения полной, достоверной и своевременной информации для принятия управленческих решений;
- приведение к единым стандартам отчетной документации по системе финансового планирования предприятия [6, С. 35].

Таким образом, реализация организационно-управленческих инноваций на отечественных предприятиях может стать тем «недостающим» звеном, которое, наравне с государственной поддержкой, созданием инновационной инфраструктуры и финансированием, создаст благоприятную «инновационную» среду (как внешнюю, так и внутреннюю), способную

обеспечить достижение поставленных целей и решение задач инновационного развития российских предприятий.

### Библиографический список

1. Воронов А. С. Механизмы обеспечения инновационной устойчивости регионов // Модель менеджмента для экономики, основанной на знаниях: сб.ст. V Международной научно-практической конференции. Москва: МЭСИ, 2013. С. 14-19.
2. Горевая Е. С. Организационно-управленческие аспекты инновационной деятельности промышленных предприятий. // Вестник НГУ. – 2006. С. 116-127.
3. Игнатьева А. В., Максимцов М. М. Исследование систем управления: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 157 с.
4. Киселева О. Н. Система управления предприятием как основа его инновационного потенциала // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. 2015. №1. С. 85-88.
5. Киселева О. Н. Особенности организационно-управленческих инноваций на отечественных предприятиях // Вестник ВГУИТ. 2015. №2. С. 254-260.
6. Киселева О. Н. Почему на отечественных предприятиях не внедряют организационно-управленческие инновации? // Инновационный Вестник Регион. 2015. №2. С. 32-37.
7. Кравченко Н. Управлять компаниями следует инновационно // Совет директоров Сибири: электронный журнал. – 2011. – №5(68) [Электронный ресурс]. URL: <http://sovtdirectorov.info/5613027/6271926/6271930/6310995/> (дата обращения: 10.07.2015).
8. Морева Е.Л., Конотопов М.Н. Проблема внедрения новшеств на социалистическом производстве и в переходный период // Модель менеджмента для экономики, основанной на знаниях: сб.ст. V Международной научно-практической конференции. Москва: МЭСИ, 2013. С. 101-110.
9. О ходе реализации инновационного развития России на период до 2020 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/news/16196/> (дата обращения 13.07.2015).
10. Смирнов Э. А. Основы теории организации. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1998. – 375 с.
11. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227-р). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70006124/#ixzz3fmdBy5nO> (дата обращения 13.07.2015).
12. Хеймел Г. Что есть что в управленческих инновациях // Harvard Business Review: электронный журнал. – 2006. – №3 [Электронный ресурс]. URL: <http://hbr-russia.ru/upravlenie/upravlenie-izmeneniyami/a10003/> (дата обращения: 10.07.2015).

О.Н.Киселева

**About necessity of the application of the management innovations at Russian enterprises in the modern conditions.**

**Abstract.** The problem of increase of the efficiency of the management systems of Russian enterprises is considered in the article. The management innovations are offered as the tool of efficiency of management systems.

**Keywords:** strategy, development, technological innovations, management innovations, Russian enterprises.



УДК 004.942

А.Ю. Ключин

ФГБОУ ВПО «Тверской государственной технической университет»,  
Тверь, Россия.

## НЕЧЕТКИЕ МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ И ИНВЕСТОРА В ИНВЕСТИЦИОННОМ ПРОЦЕССЕ

**Аннотация.** В статье рассматриваются модели поведения предпринимателя и инвестора, основанные на теории нечетких множеств. Целью предпринимателя является привлечение лучшего инвестора для финансирования своего проекта, а целью инвестора – принятие к финансированию проекта, который обеспечил бы ему максимальную прибыль. При переговорах каждый из участников инвестиционного проекта выбирает определенную стратегию поведения, способствующую достижению желаемой цели. Время действия участников ограничено. Предприниматель, инвестор и проект, требующий финансирования, представляют собой стохастическую систему, функционирующую в расплывчатых условиях. От того, насколько удачной будет стратегия поведения каждого из участников, зависит длительность переговоров и скорость принятия решения.

**Ключевые слова:** инвестиционный проект, нечеткие множества, расплывчатая цель, расплывчатое ограничение, стратегия поведения, модель поведения

Инвестиционная деятельность априори сопровождается некоторой степенью риска, которая принимает максимальное значение в условиях нестабильного экономического положения страны на международном рынке, что актуально для России в настоящее время. В инвестиционном процессе всегда участвуют две стороны: предприниматель (стартапер – от англ. *startuper* – компания или предприниматель с короткой историей операционной деятельности) и инвестор. Основной риск стартапера в привлечении инвестора заключается в том, что инвестор может не оправдать ожиданий, прекратив инвестиции в самый ответственный момент. Главный же риск инвестора состоит в том, что проект может оказаться убыточным; инвестор не только не получит прибыль, но и потерпит убытки. Для минимизации таких рисков существуют и применяются методики выбора оптимального инвестиционного проекта (со стороны инвестора) и лучшего инвестора (со стороны стартапера), рассмотренные, например, в [1 – 3]. Однако результаты выбора часто не совпадают: начинающий предприниматель всегда стремится привлечь к финансированию своего проекта известного и благонадежного инвестора, но не всякий известный и

благонадежный инвестор рискнет финансировать проект неизвестного стартапера, даже если этот проект отвечает основным объективным критериям оценки. Как правило, привлекательность инвестиционного проекта оценивается по основным показателям его доходности, например: чистый дисконтированный доход (Net Present Value – NPV), внутренняя норма доходности (Internal Rate of Return – IRR), дисконтированный срок окупаемости (Payback Period – PP). [1] Однако немалую роль в оценке эффективности инвестиционных проектов играет имидж предпринимателя-стартапера, фактор психологической дистанции, личное отношение потенциального инвестора к стартаперам, проекты которых участвуют в отборе, уровень знаний и навыков инвесторов, позволяющих им выбирать перспективные проекты и эффективных деловых партнеров, и другие субъективные факторы. Поэтому в интересах стартапера произвести как можно лучшее впечатление на потенциального инвестора, завоевать его доверие, причем сделать это в ограниченные сроки, поскольку со временем актуальность инвестиционного проекта пропадает. В интересах инвестора тщательно изучить предлагаемый проект, узнать все его сильные и слабые стороны, учесть все возможные риски и т.п. Имеет смысл финансировать лишь гарантированно реализуемые проекты, которые принесут в будущем определенную прибыль с учетом инфляционных и других процессов. От выбора стратегии, модели поведения как стартапера, так и инвестора зависит, какое решение они примут и насколько быстро это произойдет. Нечеткость моделей поведения обеих сторон обусловлена не только возможными различиями в их интересах и предпочтениях, но и исходными условиями взаимодействия (на старте инвестиционного процесса). Можно выделить четыре ситуации, создающие нечеткие условия взаимодействия в инвестиционном процессе (рис. 1):

- один проект – один инвестор;
- несколько проектов – один инвестор;
- несколько проектов – несколько инвесторов;
- один проект – несколько инвесторов.

Первый случай – самый простой. Цель предпринимателя заключается в убеждении инвестора принять участие в проекте, а инвестор может выбрать одну из двух стратегий поведения: участвовать в предлагаемом проекте или отказаться от участия в нем. Цель инвестора при этом состоит в выборе такой стратегии поведения, при которой его выигрыш от участия в проекте будет положительным, в наихудшем случае – его потери будут равны нулю.

Второй случай для инвестора сводится к решению задачи выбора оптимального проекта из множества альтернативных проектов. Инвестор выберет тот проект, который по совокупности критериев наберет большее количество баллов. Если таких проектов несколько, то инвестор при выборе будет руководствоваться личностными предпочтениями и выберет проект

того предпринимателя, который произвел наилучшее впечатление при знакомстве, общении, презентации проекта. Подготовка и презентация тщательно продуманного бизнес-плана, финансовой модели, установочного резюме, отличное знание и умение ориентироваться в собственном бизнесе, технологиях, маркетинге, финансах, уверенность в своей команде и стратегии – вот залог успеха предпринимателя при общении с инвестором. Инвестор наряду с фактами руководствуется своими субъективными предпочтениями, поэтому стартапер должен завоевать репутацию человека, которому можно доверять и с которым приятно иметь дело. Следует отметить, что один предприниматель может предложить потенциальному инвестору сразу несколько проектов на выбор. Среди стартаперов возникает соперничество. Модель их поведения должна способствовать достижению цели, которой является привлечение инвестора в конкурентных условиях.

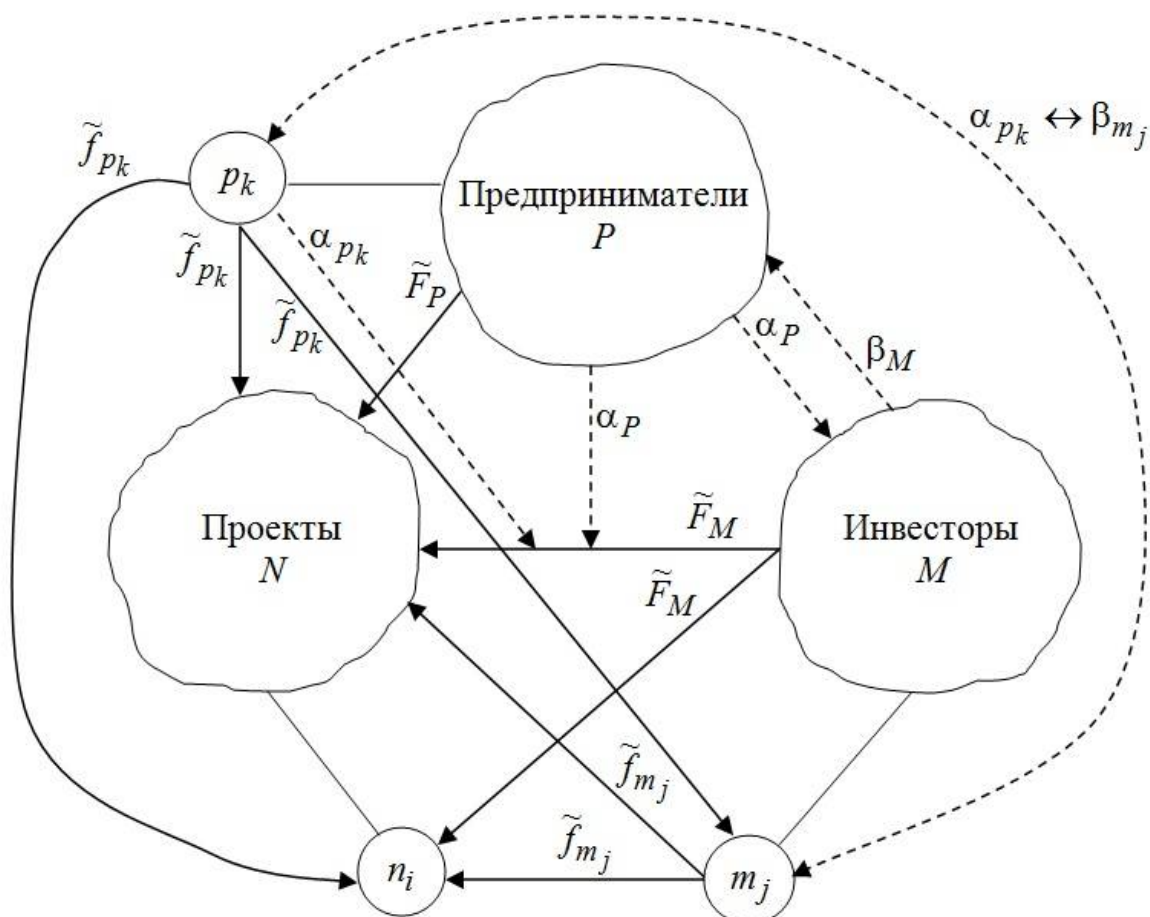


Рис. 1. Ситуации, формирующие нечеткие условия взаимодействия в инвестиционном процессе

Для третьего случая характерны аналитико-игровые модели поведения, предполагающие взаимный анализ состояний как предпринимателей, так и потенциальных инвесторов посредством переговоров по предлагаемым инвестиционным проектам. Каждый из стартаперов выстраивает вектор

потенциальных инвесторов от менее благонадежных к более представительным. У каждого инвестора формируется вектор инвестиционных проектов от менее приоритетных к более привлекательным.

При этом также возможны ситуации соперничества и даже конфликтные ситуации. Цель стартаперов состоит в нахождении каждым из них наилучшего по выделенным критериям отбора инвестора, а цель инвесторов – участие в проекте, максимизирующем выигрыш каждого из них.

Последняя ситуация встречается довольно редко и характерна для уникального инвестиционного проекта, имеющего все шансы на успех. Инициатором такого проекта, как правило, является не начинающий предприниматель, а компания, хорошо известная и зарекомендовавшая себя должным образом в рыночной среде. В этом случае конкурентные модели поведения характерны для множества инвесторов, целью каждого из которых является участие в заведомо прибыльном проекте.

На рис. 1 сплошными линиями обозначены целевые функции (ЦФ) участников инвестиционного процесса, а штриховыми – управляющие воздействия, максимизирующие значения их ЦФ. Поскольку взаимодействие инвесторов и предпринимателей происходит в расплывчатых условиях, строить поведенческие модели в различных ситуациях предлагается на основе теории нечетких множеств и нечеткой логики. Эта теория позволяет представить значения по предпочтительности альтернатив по различным критериям с помощью нечетких множеств. Для выявления лучших вариантов по совокупности критериев необходимо обладать информацией о важности критериев и о типах возможных отношений между ними. Так, для сопоставления альтернативных инвестиционных проектов определяющее значение имеют следующие показатели:

- оценка спроса на продукцию (услуги), производство которой является объектом инвестирования;
- прогноз цен на продукцию (услуги), предназначенную для инвестирования;
- прогноз переменных и постоянных затрат;
- продолжительность осуществления проектов;
- требуемый объем первоначальных инвестиций;
- рентабельность проекта.

Объем необходимых первоначальных инвестиций определяется технико-экономическими параметрами проекта и зависит от текущих финансовых возможностей предпринимателя и рыночной процентной ставки.

Инвестор до принятия решения об инвестировании должен определиться в собственной системе приоритетов, в качестве которых наиболее распространены такие критерии, как:

- общественная значимость проекта;
- влияние на имидж инвестора;

- соответствие целям и задачам инвестора;
- соответствие финансовым возможностям инвестора;
- соответствие организационным возможностям инвестора;
- рыночный потенциал создаваемого продукта (услуги);
- период окупаемости проекта;
- прибыль;
- уровень риска;
- соответствие проекта действующему законодательству и т.п. [4, 5]

Для простоты в качестве обобщающего критерия можно применить какое-либо правило свертки приведенных критериев, например:

$$\tilde{Q}_j = \bigcap_{l=1}^w (\mu_{q_l}(m_j)), \quad 1)$$

где  $\mu_{q_l}(m_j)$  – функция принадлежности, определяющая степень соответствия проекта  $m_j$  критерию  $q_l$ ,  $l = \overline{1, w}$ ;

$w$  – число критериев.

Рассмотрим некоторые нечеткие поведенческие модели, характерные для простейшей ситуации: один проект – один инвестор.

Основными критериями, на основе которых инвестор принимает решение об участии в проекте или об его отклонении, являются уровни доходности ( $\gamma_\delta$ ) и рискованности ( $\gamma_{\text{риск}}$ ) инвестиционного проекта. В качестве уровня доходности в данной ситуации целесообразно принять величину прибыли (убытка), получаемую по итогам реализации проекта. С учетом влияния внешней и внутренней неопределенности следует рассмотреть несколько возможных исходов реализации проекта, например:

- полная реализация проекта при выполнении всех условий с обеспечением инвестору определенного гарантированного дохода;
- полная реализация проекта, но за более длительное время, чем ожидалось. Обе стороны инвестиционного процесса получают доход, но меньший по сравнению с первым исходом;
- реализация проекта в установленные сроки, но с большей величиной первоначальных инвестиций. Этот исход также предполагает получение дохода, но гораздо меньшего по сравнению с первым исходом;
- реализация проекта невозможна, обе стороны получают большие убытки.

Во втором и третьем исходах также возможны убытки.

Под рискованностью инвестиционного проекта понимается возможность возникновения при реализации проекта условий, которые приведут к негативным последствиям для всех или отдельных участников проекта. Уровень рискованности – это степень уверенности инвестора в том, что он не получит доход, обещанный предпринимателем. Для каждого исхода этот уровень разный, причем зависит от количественного анализа

инвестиционного проекта и от качественного анализа благонадежности и деловой репутации самого предпринимателя. Оба вида анализа выполняет инвестор. Получается, что уровень доходности или его оценка ( $\gamma_{\partial}$ ) – прерогатива предпринимателя, т.к. он является владельцем исходной информации по проекту, а уровень рискованности или его оценка ( $\gamma_{\text{риск}}$ ) – прерогатива инвестора, т.к. наряду с результатами количественного анализа (анализа доходности проекта), данные для которого ему предоставляет предприниматель, он еще и собирает информацию о самом предпринимателе. Чем лучше инвестор знает предпринимателя, тем ниже значение  $\gamma_{\text{риск}}$ ,  $0 < \gamma_{\text{риск}} < 1$ . Например,  $\gamma_{\text{риск}} = 0,65$  означает, что риск убытка от проекта составляет 65%. Если выполняется условие (2), то инвестор не участвует в проекте и тогда для него  $\gamma_{\partial}$  и  $\gamma_{\text{риск}}$  принимают нулевые значения: он ничего не приобретает, но и ничем не рискует.

$$\begin{cases} \gamma_{\text{риск}} \geq \gamma_{\partial} \text{ в случае недоверия,} \\ \gamma_{\text{риск}} > \gamma_{\partial} \text{ при доверии инвестора предпринимателю.} \end{cases} \quad 2)$$

В ином случае инвестору стоит принять участие в проекте.

Если уровень доходности имеет денежное выражение, например, в виде прибыли, то приведенную ситуацию для инвестора можно отобразить следующим образом (табл. 1).

Таблица 1  
Уровни доходности и риска для инвестора

	Исходы			
	$y_1$	$y_2$	$y_3$	$y_4$
$\gamma_{\partial}$	$\gamma_{\partial 1}$	$\gamma_{\partial 2}$	$\gamma_{\partial 3}$	$\gamma_{\partial 4}$
$\gamma_{\text{риск}}$	$\gamma_{\text{риск}1}$	$\gamma_{\text{риск}2}$	$\gamma_{\text{риск}3}$	$\gamma_{\text{риск}4}$

Тогда значение выигрыша для инвестора может быть определено по формуле:

$$\tilde{Q} = \frac{\sum_{l=1}^w (\gamma_{\partial l} \cdot (1 - \gamma_{\text{риск}l}))}{\sum_{l=1}^w (1 - \gamma_{\text{риск}l})}, \quad 3)$$

где  $w$  – число исходов.

$$\tilde{Q} \geq \tilde{Q}^* > 0, \quad 4)$$

где  $\tilde{Q}^*$  – минимально приемлемое для инвестора значение выигрыша, являющееся его субъективной оценкой.

Проверяется выполнение неравенства (4) и если оно справедливо, то инвестор принимает положительное решение об участии в проекте.

Например, рассматривается некоторый инвестиционный проект, информация об уровнях доходности (в млн. руб.) и риска (в долях ед.) которого приведена в табл. 2. Инвестору выгодно участвовать в проекте при  $\tilde{Q}^* = 500$  тыс. руб.

Таблица 2  
Информация о проекте для инвестора в ситуации полного недоверия

	Исходы			
	$y_1$	$y_2$	$y_3$	$y_4$
$\gamma_{\partial}$	5,0	3,0	2,5	-4,0
$\gamma_{\text{риск}}$	0,99	0,99	0,99	0,01

В табл. 2 представлена ситуация крайнего недоверия инвестора предпринимателю, т.е. инвестор с большей уверенностью предполагает четвертый исход (уверенность составляет 99%), т.к. риск ненаступления исхода  $y_4$  составляет 1%. И, наоборот, уверенность инвестора в том, что первые три исхода не наступят, составляет 99%. Инвестор уверен, что потерь не избежать и минимальная величина убытка согласно формуле (3) составит почти 3 млн. 800 тыс. руб.

Результат мог бы быть другим в случае положительных воздействий типа  $p_k \xrightarrow{\alpha_{pk}} m_j$ . При создании предпринимателем благоприятного впечатления о себе уровни риска инвестора могут измениться, как показано в табл. 3.

Таблица 3  
Информация о проекте для инвестора в ситуации частичного доверия

	Исходы			
	$y_1$	$y_2$	$y_3$	$y_4$
$\gamma_{\partial}$	5,0	3,0	2,5	-4,0
$\gamma_{\text{риск}}$	0,60	0,65	0,60	0,20

В этом случае минимальная величина выигрыша, рассчитанная по формуле (3), составит примерно 436 тыс. руб. Уровни риска благоприятного и относительно благоприятных исходов все еще велики и условие (4) не выполняется.

Таблица 4  
Информация о проекте для инвестора в ситуации частичного недоверия

	Исходы			
	$y_1$	$y_2$	$y_3$	$y_4$
$\gamma_{\partial}$	5,0	3,0	2,5	-4,0
$\gamma_{\text{риск}}$	0,45	0,50	0,50	0,30

В ситуации, когда инвестор скорее доверяет предпринимателю, чем не доверяет, при отсутствии влияния внешних негативных факторов уровни риска обычно меньше или равны 50%. В этом случае (табл. 4) инвестор

получит выигрыш, значительно превышающий минимальное значение:  $\tilde{Q} = 1,2 > \tilde{Q}^* = 0,5$ . Условие (4) выполняется, следовательно, инвестор может принять участие в данном проекте.

Ситуация полного доверия рассмотрена в табл. 5.

Таблица 5  
Информация о проекте для инвестора в ситуации полного доверия

	Исходы			
	$y_1$	$y_2$	$y_3$	$y_4$
$\gamma_{\partial}$	5,0	3,0	2,5	-4,0
$\gamma_{\text{риск}}$	0,01	0,01	0,01	0,99

Выигрыш инвестора в этом случае составит почти 3 млн. 475 тыс. руб.

Разумеется, это актуально для условия, когда значения  $\gamma_{\partial 1}$ ,  $\gamma_{\partial 2}$ ,  $\gamma_{\partial 3}$  и  $\gamma_{\partial 4}$  максимально достоверны, т.е. предприниматель сообщает потенциальному инвестору правдивые сведения о проекте. Однако даже в этом случае инвестор не может рассчитывать на выигрыш в размере 5 млн. руб., поскольку никогда нельзя исключать негативного влияния форс-мажорных обстоятельств. Так что даже в модели взаимного доверия и благожелательности участников инвестиционного процесса им следует рассчитывать лишь на 70% от предполагаемого дохода в случае исхода  $y_1$ . Ситуации, показанные в табл. 2 и 3, характерны, когда инвестор сомневается в правдивости предпринимателя. Стартапер может предоставлять потенциальному инвестору ложную информацию как сознательно, так и непреднамеренно. Поэтому, прежде чем принимать решение об участии в проекте, инвестору следует взвесить все «за» и «против», а для этого потребуется не одна деловая встреча. Поскольку сообщение предпринимателем ложной информации о надежности и эффективности проекта лишь усугубляет ситуацию (инвестор просто прекратит взаимодействие), в интересах предпринимателя должна превалировать тщательная проверка и анализ безубыточности предлагаемого им инвестиционного проекта. Модель поведения стартапера предполагает максимальную правдивость.

Теория нечетких множеств является одной из наиболее эффективных математических концепций, направленных на формализацию и обработку неопределенной информации и во многом интегрирующей известные подходы и методы. Модели поведения участников инвестиционного процесса, построенные на основе нечеткой логики, имеют ряд преимуществ перед игровыми моделями на основе вероятностного подхода. Вероятностный подход предполагает повторяемость опытов, т.е. осуществление многих однотипных проектов на достаточно большом



временном интервале при неизменных условиях. На практике это невыполнимо в отношении инвестиционных проектов в силу уникальности каждого из них. Нечеткие множества являются инструментом расчета возможностей.

Основными преимуществами предложенного подхода являются:

– рассмотрение возможных ситуаций и условий инвестиционного процесса;

– основой принятия того или иного решения является анализ всего множества критериев и параметров эффективности инвестиционного проекта, значения которых зачастую зависят от субъективного человеческого фактора;

– ожидаемая доходность проекта представляет собой субъективную оценку его эффективности, включает не только количественные, но и качественные характеристики проекта;

– предполагаемый риск инвестиционного проекта рассматривается как интегральная возможность неполучения ожидаемой доходности и учитывает как влияние негативных факторов, не зависящее от участников инвестиционного процесса, так и умышленное или непреднамеренное сообщение ложной информации относительно надежности и эффективности инвестиционного проекта.

#### Библиографический список

1. Матвеев, А.А. Модели и методы управления портфелями проектов / А.А. Матвеев, Д.А. Новиков, А.В. Цветков. М.: ПМСОФТ, 2005. 206 с.

2. Недосекин, А.О. Методологические основы моделирования финансовой деятельности с использованием нечетко-множественных описаний: дис. на соискание уч. ст. д.э.н. по спец. 08.00.13. СПб.: Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов, 2003. 280 с.

3. Недосекин, А.О. Оценка риска бизнеса на основе нечетких данных: монография / А.О. Недосекин [Электронный ресурс] Дата обращения: 25.07.2015. Режим доступа: [www.ifel.ru/content/docs/an\\_books/Book4.pdf](http://www.ifel.ru/content/docs/an_books/Book4.pdf)

4. Критерии и методы оценки эффективности инвестиционного проекта [Электронный ресурс] Дата обращения: 22.07.2015. Режим доступа: <http://www.financekind.ru/dlcs-327-1.html>

5. Основные критерии отбора коммерческих проектов [Электронный ресурс] Дата обращения: 24.07.2015. Режим доступа: [http://asi.ru/docs/nb\\_crit\\_upd.pdf](http://asi.ru/docs/nb_crit_upd.pdf)

~ A.Yu. Klyushin

#### ~ **Fuzzy models of the behavior of the entrepreneur and the investor in the investment process**

~ **Abstract.** The article discusses the behavior of the entrepreneur and the investor, based on the theory of fuzzy sets. The aim of the entrepreneur is to attract the best investors to finance their project, and the purpose of the investor – the adoption of the funding for the project, which would provide him the maximum profit. When negotiating each of the participants of the investment project chooses a certain strategy of behavior, contributing to

the achievement of the desired goal. Duration of participants is limited. Entrepreneur, investor and the project requiring funding are stochastic system operating in vague terms. How successful is the strategy of behavior of each participant depends on the duration of negotiations and the speed of decision making.

**Keywords:** investment project, fuzzy sets, vague goal, vague restriction, the strategy of behavior, the model of behavior.

**УДК 338.46**

**О. В. Кондратьева**

Санкт-Петербургский Государственный Университет  
аэрокосмического приборостроения, Санкт-Петербург, Россия

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К СИСТЕМАТИЗАЦИИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА СЕРВИСА ПОДДЕРЖКИ АСУП**

**Аннотация:** В статье предлагается метод систематизации показателей качества сервиса поддержки АСУП «сверху-вниз». Для того, чтобы охватить все наиболее значимые показатели оценки качества, рекомендуется использовать древовидную схему. В статье рассмотрены 2 верхних уровня показателей качества поддержки АСУП согласно данной методике.

**Ключевые слова:** поддержка АСУП, качество, информационные услуги, эффективность сервиса.

Сервис поддержки Автоматизированных Систем Предприятия (АСУП) находится на стыке сферы услуг и информационных технологий, двух направлений, активнейшим образом развивающимся в условиях перехода современного мира к постиндустриальному обществу. Внедрение ERP-системы с конца 1990 годов считается необходимым условием для любой публичной компании, все больше средних и даже малых предприятий внедряют различные АСУП. Можно наблюдать лавинообразный рост интереса бизнеса и государства к АСУП в России. Поэтому оценка качества сервисов поддержки АСУП, как основного этапа жизненного цикла АСУП, становится все более актуальной.

Согласно проекту стандарта ISO 9001:2015 организации должны выполнять следующие принципы управления качеством: ориентация на потребителя; лидерство; вовлечение персонала; процессный подход; улучшения; принятие решений на основе фактов; управление взаимоотношениями. Таким образом, становится очевидным, что качество услуги - это комплексный показатель, который охватывает оценку ценности

услуги как со стороны потребителя, так и со стороны организации, предоставляющей услугу.

При анализе необходимых для оценки качества показателей поддержки АСУП возникает проблема их полноты. Зачастую, предприятия используют только выборочные показатели, которые, например, удобно измерять, или по которым получаются удобные значения. В результате оценка качества происходит по неполным или недостаточным показателям. Чтобы восполнить данный пробел необходима методика, анализирующая проблемы качества услуг сверху вниз: от самых общих к более детальным. Необходима древовидная схема, пробелы в которой станут очевидными.

Так для сервиса поддержки АСУП выделяются основные 4 типа показателей самого верхнего уровня:

#### 1. Удовлетворение потребностей.

Показатели данной группы необходимы для того, что бы понять насколько полно удовлетворяются потребности потребителя и должны оцениваться по 5 критериям:

А. Надежность, выполнение услуг в соответствии с заданием полностью и в срок;

В. Ответственность, гарантия того, что задания поняты правильно и выполненное задание удовлетворяет потребителя;

С. Доступность, удобное время обслуживания и обеспечение контакта с нужным специалистом;

Д. Коммуникабельность, способность персонала разговаривать «на одном языке» с потребителем;

Е. Безопасность, соблюдение деловой этики и защиты информации.

Показателями качества данной группы являются виды работ, оцененные по 5 критериям. Для того, что бы максимально полно определить виды работ требуется описать жизненный цикл АСУП, выявить потребности потребителей на каждом этапе и затем определить все виды работ необходимые потребителям [6].

#### 2. Оценка потребителем.

В эту группу входят показатели оценки сервиса потребителем, сервис глазами потребителя.

Показатели этой группы делятся на 2 большие группы: эмоциональный фон общения и наиболее значимые в глазах потребителя показатели, т.е. те показатели, о которых непосредственно сообщает потребитель (жалобы, предложения, просьбы и пр.). Основной способ получения показателей данной группы - анализ сообщений пользователей.

#### 3. Ценность для организации.

В эту группу входят показатели, позволяющие оценить услугу с точки зрения организации ее предоставляющую. Показатели данной группы

строятся на основе анализа места данной услуги в жизненном цикле предприятия и ее влияния на остальные процессы внутри предприятия.

#### 4. Качество процессов.

В эту группу входят показатели, оценивающие качество самого процесса предоставления услуги и ее организацию с точки зрения руководства, персонала и процессов планирования.

Второй уровень древовидной схемы показателей качества сервиса поддержки АСУП выглядит следующим образом:

##### 1. Удовлетворение потребностей (виды работ).

Администрирование[6].

Процедура регистрации новых пользователей, настройка прав и доступов, регламентное обучение, удаление из системы старых пользователей;

Внутренние изменения.

Обработка ситуации возникновения изменений во внутренних локальных требованиях клиента (Например, изменения учетной политики предприятия) [5];

Внешние изменения.

Обработка ситуации возникновения изменений во внешних требованиях, требующих изменения функционала во всех ERP- системах (Например, изменение налогового законодательства РФ, выпуск обновлений версий системы или ОС);

Новые технологии.

Обработка ситуации появление новых технологий, производств или оборудования, влияющие на АСУП (Например, возможность работы с мобильными устройствами, облачные технологии или покупка мощных серверов) [4];

Узкие места.

Обработка ситуаций, связанных с наличие «узких мест» в самой системе (Например, когда система не поддерживает корректную работу операций по давальческому сырью и существует необходимость ручных корректировок);

Стандартные операции.

Сервис поддержки стандартных операций (Например, процедуры закрытия года, редко встречающиеся или спорных, когда пользователь не понимает какую именно стандартную функцию лучше использовать. В эту категорию относятся все консультации по обычным операциям);

Регламентные работы.

Поддержка ERP- системы в рабочем состоянии (Например, регламентные работы по архивации рабочей базы, свертки ее, работа с серверами баз данных, требующие специальной квалификации);

Обработка инцидентов.

Обработка инцидентов, т.е. ситуаций, требующих немедленного реагирования.

## 2. Оценка потребителем [1].

### 2.1. Показатели, значимые в глазах потребителя:

#### 2.1.1. Комфорт.

Комфорт пользователей при обычной работе со службой поддержки. Корректное общение;

#### 2.1.2. Интерфейс.

Понятный удобный интерфейс системы взаимодействия с сервисом поддержки АСУП;

#### 2.1.3. Конфликтные ситуации.

Обработка конфликтных ситуаций. Система жалоб, выявление раздражающих факторов;

#### 2.1.4. Обратная реакция.

Вовлечение пользователей в процесс улучшения самой АСУП и сервиса поддержки. Тестирование, оценивание результатов работы, возможность пользователю вносить предложения и замечания, поощрение таких пользователей;

#### 2.1.5. Экстренные ситуации.

Скорость реагирования в экстренных случаях, при высокой нагрузке;

#### 2.1.6. Функциональность.

Функциональность системы. Соответствие сервиса поддержки АСУП договору. Годность.

## 2.2. Анализ эмоционального фона общения.

Для того что бы оценить эмоциональную составляющую оценки качества сервиса предлагается использовать все сообщения пользователей и оценивать их с точки зрения эмоциональности текста, например, как в статье [4]. Рекомендуется оценивать эмоциональный фон общения по следующим критериям:

А. Общий (отношение положительных слов к отрицательным);

В. Агрессивность;

С. Неформат;

Д. Ненорматив

## 3. Ценность сервиса для организации.

### 3.1. Новые проекты.

Возникновение потребности в новых проектах;

### 3.2. Новая АСУП.

Возникновение необходимости замены системы;

### 3.3. Стабильность.

Сохранение на поддержке организаций, по которым прошло внедрение ERP- систем;

### 3.4. Имидж.

Поддръжане имиджа компании;

#### 4. Качество процессов

##### 4.1. Руководство

4.1.1. Оценка личных качеств руководителей и сравнение их со средним по предприятию (целеполагание, нацеленность на результат, умение анализировать финансовые результаты)

4.1.2. Социометрический тест

4.1.3. Единство цели. Тест

##### 4.2. Персонал.

4.2.1 Система предложений.

4.2.2. Должностные инструкции.

4.2.3. Обучение персонала.

4.2.4. Система мотивации персонала (система поощрений и наказаний).

##### 4.3. Планирование процессов.

4.3.1 Стратегия.

Краткосрочное планирование, планирование показателей, объемов работ и пр.

Тактика.

Дальнесрочное планирование, определение миссии и цели.

Таким образом, в статье проанализированы и сформированы первые два уровня единых для всех организаций занимающихся сервисом поддержки АСУП показателей. Предложена методология формирования показателей оценки качества сервиса поддержки АСУП сверху вниз с помощью древовидной схемы. При ее использовании обеспечивается полнота охвата оценки, что существенно влияет на расчет обобщенного показателя качества, повышает его достоверность, а также на формирования мер для улучшения качества сервиса поддержки АСУП.

#### Библиографический список

1. Антохина Ю.А., Варжапетян А.Г., Оводенко А.А., Семенова Е.Г. Управление результативностью и качеством проектов: монография. -СПб.: Политехника, ГУАП, 2013. -330 с.

2. Бондаренко Н.В., Смирнова М.С. Квалиметрические задачи в системе подготовки профессиональных кадров // Вопросы радиоэлектроники. 2010. Т. 1. No 2. С. 172-179.

3. Тушавин В.А. Развертывания функции качества для процессов технической поддержки информационных систем //Актуальные проблемы экономики и управления. 2014 № 4(4). С. 94-97

4. Kondrateva O.V. Evaluation of the quality of service by measuring the emotional background of communication with //Synergy of science and society in the XXI century. 2015. С. 139-144

5. Кондратьева О.В. Методические подходы к повышению качества процессов поддержки автоматизированной системы управления производством //Экономика и менеджмент систем управления. 2015. Т.16 №2.3 С.363-368

6. Kondrateva O.V Governance matter of customer needs in service sector of information system in enterprise management //Multiparadigmality and interdisciplinary methods in science, education and business-2015. 2015. С. 4-7

О. V. Kondrateva

**Methodological approaches to systematization of quality indicators of ERP support service**

**Abstract:** The author proposes a “top-down” method to systematization of quality indicators of service support ERP-systems. She recommends using tree diagram. The author considers 2 top-level indicators of quality of support service ERP-system.

**Keywords:** CAM-system support, quality, information services, effectiveness of a service

**УДК 519.71:004.94**

**А.В. Копотева**

Березниковский филиал ФГБОУ ВПО ПНИПУ, Березники, Россия

**АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ В ЗАДАЧЕ ПРИНЯТИЯ  
РЕШЕНИЯ О РЕСУРСОБЕРЕЖЕНИИ В УСЛОВИЯХ  
ДУОПОЛИИ**

**Аннотация.** В статье рассматривается влияние качественных и количественных параметров на критерий принятия решения в задаче о ресурсосбережении в условиях олигополии для частного случая дуополии. Параметры упорядочены в порядке убывания их влияния. Сравнены ситуации монополии и дуополии.

**Ключевые слова:** анализ чувствительности, принятие решения, олигополия, калийная отрасль

В условиях рынка экономичное производство является конкурентным преимуществом хозяйствующего субъекта. Практическая реализация ресурсосбережения предполагает регулярное принятие менеджерами промышленных предприятий решений о внедрении мероприятий, позволяющих уменьшить затраты ресурсов в процессе производства. Часть таких мероприятий разрабатывается вне предприятий, т.е. сторонними по отношению к ним субъектами. Последствия их внедрения оказываются трудно предсказуемыми, а решение о внедрении или отказе от него принимается в условиях неопределенности. Ресурсосбережение является частным случаем инновационной активности хозяйствующих субъектов,

методы моделирования которой включают как качественные, так и количественные их виды [1, с.186]. Каждый из методов обладает как достоинствами, так и недостатками [2, с. 15]. Это делает использование только одного из них не всегда приемлемым с точки зрения качества принимаемого на его основании решения и определяет необходимость решения проблемы в рамках системы методов. Их выбор для построения математической модели задачи принятия решения (ЗПР) определили специфика проблемы и объекта исследования. Олигополистический характер большинства современных промышленных отраслей определил необходимость использования теоретико-игрового подхода. Для формирования множества исходов построен сценарий развития ситуации в виде дерева решений, концевые вершины которого образуют искомое множество. Стоимостная оценка исходов выполнена в рамках модифицированной с учетом производственных мощностей участников модели олигополии по Курно. При этом недостаток информации о фактических уровнях затрат, необходимых для реализации модели олигополии, в открытой отчетности предприятий обусловил необходимость оценки их уровней с помощью полиномиальных регрессионных моделей. Вероятностная оценка выполнена в рамках теории нечетких множеств. Разработанный метод позволяет повысить эффективность и обоснованность выбора наилучшего варианта поведения в задаче о внедрении ресурсосберегающего мероприятия на промышленном предприятии [3, с.14].

Одним из заключительных этапов математического моделирования является анализ чувствительности модели. Значение результирующего показателя должно быть устойчиво к малым колебаниям определяющих его параметров. Для проведения такого анализа прежде всего необходимо определить множество варьируемых факторов, установить их базовые значения, границы и шаг изменения. В рассматриваемой ЗПР можно выделить несколько групп факторов. Первая из них характеризует моделируемую отрасль и включает следующие показатели:

- число предприятий отрасли, учитываемых при моделировании  $n$ ;
- средние уровни цен на продукцию  $i$ -го предприятия  $P_i$ ;
- объемы выпуска продукции  $i$ -го предприятия  $Q_i$ ;
- производственные мощности  $i$ -го предприятия  $Q_{\max}^i$ ;
- оценки средних переменных затрат  $i$ -го предприятия  ${}^0AVC_i$ ;
- оценки общих постоянных затрат  $i$ -го предприятия  ${}^0TFC_i, i=1,2,\dots,n$ .

Вторая группа факторов включает характеристики внедряемого мероприятия:

- изменение средних переменных затрат  $i$ -го предприятия в случае успешного внедрения мероприятия  $\Delta AVC_i$ ;



- изменение общих постоянных затрат  $i$ -го предприятия при внедрении мероприятия  $\Delta TFC_i$ ;

- вознаграждение разработчика мероприятия, полученного на  $i$ -м предприятии  $SF_i$ ;

- затраты  $i$ -го предприятия на устранение негативных последствий в случае провала внедрения мероприятия  $EC_i, i=1,2,\dots,n$ .

Третья группа факторов включает экспертные оценки вероятностей выбора предприятиями и исследователем имеющихся в их распоряжении вариантов действий в соответствии с пятиуровневым классификатором вида {«низкая»; «довольно низкая»; «средняя»; «довольно высокая»; «высокая»}. Они включают оценки вероятностей того, что:

- мероприятие не осуществимо  $p(ef_1)$  и осуществимо  $p(ef_2) = p(\overline{ef_1})$ ;

- исследователь осуществит повторную продажу мероприятия  $p(ds_1)$  или не осуществит  $p(ds_2) = p(\overline{ds_1})$ ;

-  $i$ -е предприятие приобретет мероприятия  $p(a_{i2})$  и откажется от приобретения  $p(a_{i1}) = p(\overline{a_{i2}}), i=2,\dots,n$ ;

-  $i$ -е предприятие успешно внедрит мероприятие  $p(imp_{i1})$  или не внедрит  $p(imp_{i2}) = p(\overline{imp_{i1}}), i=1,2,\dots,n$ .

Четвертая группа факторов обусловлена необходимостью выполнения расчетов в сопоставимых единицах измерения. Если отрасль включает предприятия, отчетность которых составляется в разных валютах, то необходимо приводить цены и затраты к единой стоимостной мере. Поскольку в настоящее время относительно универсальной единицей измерения стоимости является американский доллар, то для расчетов целесообразно использовать именно его.

На основании перечисленных показателей формируется оценка последствий отказа от внедрения (альтернатива  $x_1$ ) и внедрения (альтернатива  $x_2$ ) ресурсосберегающего мероприятия, предложенного сторонним разработчиком. Критерием принятия решения в задаче является средняя прибыль предприятия, в интересах которого принимается решение (далее лицо, принимающее решение, ЛПР)  $\pi_1$ , а решением –  $x^* = \arg \max_{x_1, x_2} \{\pi_1(x)\}$ .

Конкретное число параметров задачи определяется выбранным для целей исследования количеством предприятий отрасли  $n$ . Случай  $n=1$  соответствует ситуации монополии. В этом случае можно выделить 12 варьируемых факторов:  $P_1, Q_1, Q_{\max}^1, {}^0AVC_1, {}^0TFC_1, \Delta AVC_1, \Delta TFC_1, SF_1, EC_1, USD \text{ per RUR}, p(ef_2)$ , и  $p(imp_{11})$ , т.к. возможность повторной продажи не предполагается, а значит, и не требуется и оценка соответствующей вероятности. В случае  $n>1$  их множество определяется так, как описано выше, а число увеличивается с ростом  $n$ .

Выполним исследование чувствительности оптимального значения критерия принятия решения рассматриваемой ЗПР  $\pi_1^* = \max_{x_1, x_2} \{\pi_1(x)\}$  к изменениям определяющих его параметров на примере предприятий калийной отрасли. В качестве ЛПР выберем отечественного производителя хлорида калия ПАО «Уралкалий». Случай  $n=1$  соответствует его положению на внутреннем рынке с долей продаж порядка 95% [4, с.33]. Случай  $n=2$  соответствует ситуации на постсоветском пространстве, где помимо Уралкалия действует его белорусский конкурент ОАО «Беларуськалий». Базовые уровни параметров, характеризующих отрасль и курсы национальных валют выбранных предприятий, представлены в таблице 1, случайная выборка реализованных в ПАО «Уралкалий» в 2013-2014 гг. ресурсосберегающих мероприятий с их характеристиками – в таблице 2. В качестве базового уровня качественных факторов выберем значение «средняя», соответствующее критерию Лапласа в теории принятия решений [5, с.575]. Будем считать, что количественные факторы изменяются в пределах 10% интервала ( $\pm 5\%$  относительно их базовых значений) с шагом 1%, качественные – на 1 уровень вверх и вниз относительно базового (т.е. «довольно высокая» и «довольно низкая»). Мету изменения критерия под действием данного фактора определим как отношение стандартного отклонения оптимальных значений критерия  $\pi_1^*$ , вычисленных при различных значениях этого фактора, к его величине, вычисленного при базовых уровнях всех факторов, усредненное по выборке мероприятий.

Таблица 1 – Количественные характеристики предприятий калийной отрасли

№	Наименование	Единица измерения	Обозначение и базовый уровень	
			ПАО «Уралкалий»	ОАО «Беларуськалий»
1	Цена 1 т. KCl	\$	$P_1=378,37$	$P_2=277,37$
2	Фактический объем реализации	тонны	$Q_1=9\ 100\ 000$	$Q_2=7\ 946\ 000$
3	Производственная мощность	тонны	$Q_{\max}^1=13\ 000\ 000$	$Q_{\max}^2=10\ 000\ 000$
4	Оценка средних переменных затрат	\$ на тонну	${}^0AVC_1=139,90$	${}^0AVC_2=182,08$
5	Оценка общих постоянных затрат	\$	${}^0TFC_1=63\ 612\ 815$	${}^0TFC_2=306\ 479\ 044$
6	Курс американского доллара	\$ <i>per</i> RUR/BER	\$ <i>per</i> RUR =0,03224	\$ <i>per</i> BER=0,00012

Таблица 2 – Количественные характеристики ресурсосберегающих мероприятий

№	Наименование мероприятия	Параметры мероприятия, \$			
		$SC$	$\Delta AVC_{1,2}$	$\Delta TFC_{1,2}$	$EC$
1	Автоматизация процесса флотации	91 434	0,085572	19 942	114 293
2	Автоматизация процесса центрифугирования	1 909	0,031002	2 043	2 203
3	Автоматизация процесса осветления щелоков	4 121	0,012389	3367	129
4	Автоматизации процесса повторного проветривания вентиляционной сети	58 517	0,038351	36 948	39 409
5	Автоматизация процесса растворения сильвинитовой руды	2 937	0,018259	3 143	2 203
6	Установка гидроциклонов на стадии вакуум-кристаллизации	21 436	0,007638	10 154	32 155
7	Реконструкция системы пылегазоочистки на стадии сушки	4 908	0,094317	406	7 362
8	Включение в технологическую схему дополнительного отстойника на стадии осветления насыщенного щелока	506	0,020151	335	759
9	Замена центрифуги на стадии обезвоживания	39 681	0,061745	645	59 522
10	Модернизация отделения грануляции	207 026	0,007274	5 725	310 539

Расчеты показали, что в случае  $n=1$  изменение факторов в пределах оговоренного 10% интервала приводит к следующим изменениям критерия принятия решения:  $P_1 - 6,51288\%$ ,  $USD \text{ per } RUR - 3,31678\%$ ,  ${}^0AVC_1 - 2,64381\%$ ,  $Q_{\max}^1 - 1,87325\%$ ,  $Q_1 - 1,55376\%$ ,  ${}^0TFC_1 - 0,11048\%$ ,  $p(ef_2) - 0,00098\%$ ,  $p(imp_{11}) - 0,00093\%$ ,  $\Delta AVC_1 - 0,00027\%$ ,  $SF_1 - 0,00004\%$ ,  $EC_1 - 0,00003\%$  и  $\Delta TFC_1 - 0,00001\%$ . Наиболее существенные колебания  $\pi_1^*$  вызывают изменение средней цены тонны хлорида калия и курса рубля по отношению к доллару. При этом изменения обеих качественных характеристик мероприятия (экспертных оценок вероятностей) оказывают более существенное влияние на критерий, чем его количественные характеристики.

В случае  $n=2$  число варьируемых факторов ЗПР составило 21 (рисунок 1). При этом существенно изменились по сравнению с  $n=1$  сила и порядок их влияния на оптимальное значение критерия. Пятипроцентные колебания факторов в среднем приводят к не более чем пятипроцентному колебанию  $\pi_1^*$ . Наиболее существенным при принятии решения фактором оказался курс валюты конкурирующего предприятия  $USD \text{ per } BER$  (4,88556%), тогда как наиболее существенный в случае  $n=1$  фактор – цена  $P_1$  (3,26843%) – оказался лишь третьим по степени влияния. При этом фактические средние

переменные затраты ЛПР  ${}^0AVC_1$  в случае  $n=2$  оказываются более значимым фактором (3,75087%), чем в случае  $n=1$ , оказывая большее влияние на критерий и занимая 2-е по силе воздействия место. В отличие от случая  $n=1$  при  $n=2$  параметры  ${}^0AVC_1$  и  $Q_{\max}^1$  (2,70243%) оказывают большее влияние на  $\pi_1^*$ , чем  $USD \text{ per } RUR$  (1,47764%). Аналогично случаю  $n=1$ , изменение качественных характеристик мероприятия сказывается на критерии принятия решения сильнее, чем количественных, однако порядок их воздействия изменяется: если при  $n=1$  большее влияние на  $\pi_1^*$  оказывал фактор  $p(ef_2)$ , то при  $n=2$  –  $p(imp_{11})$ . Добавление в модель конкурирующего предприятия снижает влияние на критерий принятия решения факторов  $P_1$  на 3,24445%,  $USD \text{ per } RUR$  на 1,83914%,  $Q_1$  на 1,25711%,  $p(ef_2)$  на 0,00051%,  $\Delta AVC_1$  на 0,00006%. При этом увеличивается влияние факторов  ${}^0AVC_1$  на 1,10706%,  $Q_{\max}^1$  на 0,82918%,  ${}^0TFC_1$  на 0,04264%,  $p(imp_{11})$  на 0,00034%  $SF_1$  на 0,000003%,  $EC_1$  и  $\Delta TFC_1$  на 0,000001%.

Таким образом, сила и порядок влияния параметров ЗПР о внедрении ресурсосберегающего мероприятия на результирующий показатель изменяется в зависимости от принимаемой для целей исследования структуры отрасли. Принятие решения в условиях монополии требует высокой точности оценок фактической цены единицы продукции ЛПР, его средних переменных затрат и производственной мощности, а также курса соответствующей валюты к американскому доллару. Принятие решения в условиях дуополии предполагает точность оценок курса валют конкурента и ЛПР к американскому доллару, их средних переменных затрат и цен единицы продукции, а также производственной мощности ЛПР. Также следует обратить внимание на точность оценки качественных характеристик рассматриваемого ресурсосберегающего мероприятия, поскольку их влияние при  $n=1,2$  выше, чем у количественных. Достаточно высокая значимость экспертных оценок вероятностей означает, что рассчитанные при соответствующих оценках вероятностей значения критерия существенно отличаются от базовой его величины (критерия Лапласа). Это свидетельствует о преимуществе разработанного метода, позволяющего получать более точные по сравнению с классическим методом оценки альтернатив ЛПР, а значит, повысить эффективность принятия им решений.

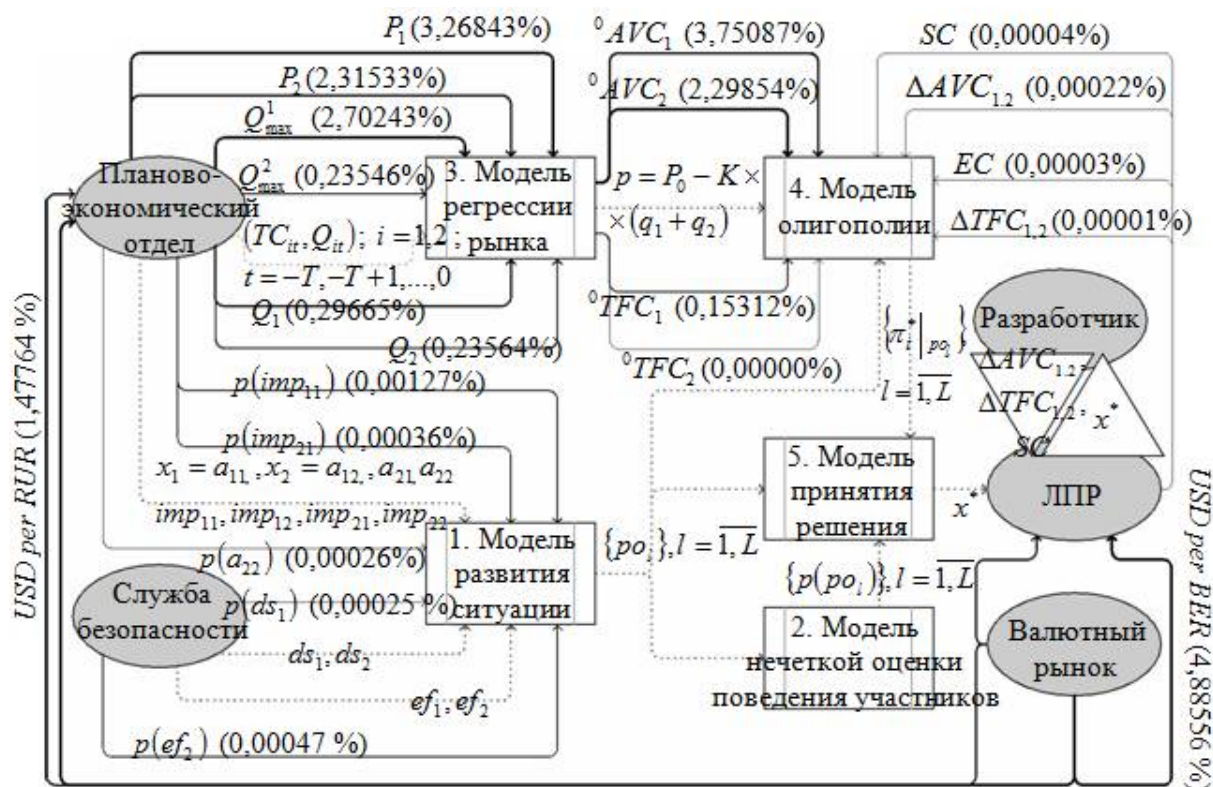


Рисунок 1. Чувствительность критерия к изменению факторов при  $n=2$

### Библиографический список

1. Янч Э. Прогнозирование научно-технического прогресса. – М.: Прогресс. – 1970. – 569с.
2. Затонский А.В., Копотева А.В. Методы принятия решения о приобретении конкурентоспособной инновационной продукции // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2013. – № 3-4. – С. 8-15.
3. Копотева А.В. Поддержка принятия решения о модернизации производства на промышленном предприятии // Известия Томского политехнического университета. – 2014. – №6. – С. 14 – 25.
4. Интегрированный отчет за 2014 год ПАО «Уралкалий»
5. Таха, Хемди А. Введение в исследование операций. – М.: Издательский дом «Вильямс». – 2005. – 912 с.

Anna V. Kopoteva

#### Decision making task of resource-saving activity sensitivity analysis in a duopoly

**Abstract.** Criterion qualitative and quantitative parameters influence in a task of resource-saving activity in a duopoly is considered in the issue. Parameters are ranged in their criterion influence decreasing order. The comparison of monopoly and duopoly situations is performed.

**Key words:** sensitivity analysis, decision making, oligopoly, potash industry

УДК 338

Е.В. Коробейникова, Т.С. Мовсисян

Самарский институт (филиал) «РЭУ им. Г.В. Плеханова», г. Самара,  
Россия

## К ВОПРОСУ О СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДАХ К ЭКОНОМИЧЕСКОМУ АНАЛИЗУ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

**Аннотация:** В статье выделены задачи и определена необходимость экономического анализа доходов и расходов в коммерческой организации. Исследована методика и выявлены особенности проведения факторного анализа прибыли с целью учета влияния количественных и качественных показателей на финансовый результат деятельности организации. Обоснована необходимость использования показателей рентабельности для оценки эффективности деятельности коммерческой организации.

**Ключевые слова:** экономический анализ, доходы, расходы, финансовый результат, бухгалтерская отчетность, факторный анализ, рентабельность.

В современных условиях, когда экономика испытывает кризис и организации вынуждены мобилизовать все имеющиеся внутренние ресурсы, большую роль в этом процессе играет анализ доходов и расходов деятельности организации.

Финансовый анализ применяется для исследования экономических процессов и экономических отношений, показывает сильные и слабые стороны организации и используется для принятия оптимального управленческого решения [1, с. 154]. Методология финансового анализа в настоящий момент является предметом пристального внимания многих исследователей в вариативных сферах науки и образования [5-12].

Основной целью анализа доходов и расходов организации является получение небольшого числа ключевых (наиболее информативных) параметров, дающих объективную и точную картину финансового состояния экономического субъекта, изменений в структуре доходов и расходов, его прибылей и убытков. При этом аналитика может интересоваться как текущее финансовое состояние организации, так и его проекция на ближайшую или более отдаленную перспективу, т. е. ожидаемые параметры финансового состояния. Способность хозяйствующего субъекта обеспечить неуклонный рост собственного капитала может быть оценена системой показателей финансовых результатов [13,14]. Показатели финансовых результатов

(прибыли) характеризуют абсолютный эффект хозяйствования организации по всем направлениям деятельности.

Прибыль – один из важнейших показателей, который характеризует финансовый результат деятельности организации. Рост прибыли определяет рост потенциальных возможностей организации, повышает степень его деловой активности. По прибыли определяются доля дохода учредителей и собственников, размеры дивидендов и других доходов. По прибыли определяется также рентабельность собственных и заемных средств, основных фондов, всего авансированного капитала и каждой акции. Характеризуя рентабельность вложений средств в активы данного предприятия и степень умелости его хозяйствования, прибыль является наилучшим показателем финансового благосостояния организации. Также рост прибыли создает базу для самофинансирования, расширенного воспроизводства, решения проблем социального и материального поощрения персонала. При этом показатели прибыли являются важнейшими в системе оценки финансового результата и рыночной устойчивости организации, степени ее надежности и финансового благополучия.

Состав, содержание и качество информации, которая привлекается к анализу, играют определяющую роль в обеспечении действенности комплексного анализа хозяйственной деятельности. Анализ не ограничивается только экономическими данными, а широко использует техническую, технологическую и другую информацию. Все источники данных для анализа можно разделить на плановые, учетные и внеучетные.

К плановым источникам относятся все типы планов, которые разрабатываются в организации (перспективные, текущие, оперативные), а также нормативные материалы, сметы, ценники, проектные задания и др.

Источники информации учетного характера – это все данные, которые содержат документы бухгалтерского, статистического и оперативного учета, а также все виды отчетности, первичная учетная документация.

Данные статистического учета, в которых содержится количественная характеристика массовых явлений и процессов, используются для углубленного изучения и осмысления взаимосвязей, выявления экономических закономерностей.

К внеучетным источникам информации относятся документы, которые регулируют хозяйственную деятельность, а также данные, которые не относятся к перечисленной ранее информации. В их число входят следующие документы:

1) официальные документы, которыми обязана пользоваться в своей деятельности организация: законы государства, указы Президента РФ, постановления Правительства РФ и т. д.;

2) хозяйственно-правовые документы: договоры, соглашения, решения арбитража и судебных органов;

3) техническая и технологическая документация;

4) материалы специальных исследований состояния производства на отдельных рабочих местах.

Значение анализа доходов и расходов трудно переоценить, поскольку именно он является той базой, на которой строится финансовая политика организации.

А.Д. Шереметом и Р.С. Сайфулиным определены следующие задачи анализа финансовых результатов:

1) анализ и оценка уровня и динамики показателей прибыли;

2) факторный анализ прибыли от реализации продукции (работ, услуг);

3) анализ финансовых результатов от прочей реализации, внереализационной и финансовой деятельности;

4) анализ и оценка использования чистой прибыли;

5) анализ взаимосвязи затрат, объема производства (продаж) и прибыли;

6) анализ взаимосвязи прибыли, движения оборотного капитала и потока денежных средств;

7) анализ и оценка влияния инфляции на финансовые результаты [2, с. 192].

С целью выполнения этих задач проводятся: оценка финансовых показателей (прибыли, рентабельности) и изучение их динамики; общая оценка по балансовой прибыли, изучение ее динамики по сравнению с соответствующим базовым периодом, рассмотрение ее структуры; определение влияния отдельных факторов на прибыль от реализации продукции (работ и услуг); рассмотрение состава прочих доходов, выявление факторов, влияющих на рентабельность продукции и производства; выявление резервов дальнейшего увеличения прибыли, устранение прочих потерь и расходов; выявление резервов повышения рентабельности.

На основе данных анализа осуществляется выработка почти всех направлений финансовой политики предприятия, и от того, насколько качественно он проведен, зависит эффективность применяемых управленческих решений.

Ведущая роль в информационном обеспечении анализа принадлежат бухгалтерскому учету и отчетности, где наиболее полно отражаются хозяйственные явления, процессы, их результаты. Своевременный и полный анализ данных, которые содержатся в первичных и сводных учетных регистрах и отчетности, обеспечивает принятие необходимых корректирующих мер, направленных на достижение лучших результатов хозяйствования. Помимо бухгалтерской отчетности источниками информации также служит и первичная учетная документация организации.

Обобщенно наиболее важные показатели финансовых результатов деятельности организации представлены в бухгалтерской финансовой



отчетности, а именно в «Отчете о финансовых результатах», в которой имеется информация обо всех видах доходов и расходов за отчетный и предыдущий периоды.

При проведении анализа отчета о финансовых результатах необходимо последовательно изучить все статьи отчета. Начинать необходимо с выручки от продаж и себестоимости, так как эти два показателя являются доходами и расходами по обычным видам деятельности. Необходимо рассмотреть динамику и направление изменений этих показателей относительно базового периода.

Далее рассматриваются управленческие и коммерческие расходы, прочие доходы и расходы, то есть все факторы, влияющие на показатели прибыли. Результаты анализа организации используются как внутренними пользователями, так внешними.

При анализе любой формы отчетности применяются следующие методы: вертикальный, горизонтальный, трендовый анализ показателей, расчет финансовых коэффициентов, сравнительный анализ и факторный анализ. К наиболее распространенным методам анализа относятся горизонтальный и вертикальный анализ финансовых результатов.

Важным этапом анализа эффективности деятельности организации является факторный анализ полученной прибыли. В «Отчете о финансовых результатах» происходит формирование прибыли. В процессе формирования рассчитывают:

$$\text{- валовую прибыль, по формуле } P_{\text{Вал}} = B - S \quad (1)$$

где  $P_{\text{Вал}}$  - валовая прибыль (стр. 2100);

$B$  - выручка (стр. 2110);

$S$  - себестоимость продаж (стр. 2120);

$$\text{- прибыль от продаж, по формуле } P_{\text{П}} = P_{\text{Вал}} - U \quad (2)$$

где  $P_{\text{П}}$  - прибыль от продаж (стр. 2200);

$P_{\text{Вал}}$  - валовая прибыль (стр. 2100);

$U$  - управленческие расходы (стр. 2220);

$$\text{- прибыль до налогообложения, по формуле } P_{\text{ДН}} = P_{\text{П}} + D_{\text{П}} - H_{\text{П}} \quad (3)$$

где  $P_{\text{ДН}}$  - прибыль до налогообложения (стр. 2300);

$P_{\text{П}}$  - прибыль от продаж (стр. 2200);

$D_{\text{П}}$  - прочие доходы (стр.2340);

$H_{\text{П}}$  - прочие расходы (стр.2350).

Из рассмотренных формул видно, что прибыль организации зависит от нескольких факторов (первого уровня):

- выручки или объема реализации.

- цены продукции или стоимости услуг. Увеличение их ведет к увеличению прибыли.

- структуры продукции или услуг, чем рентабельнее продукция или услуга, тем выше прибыль.

- себестоимости производства и реализации продукции. Чем ниже себестоимость, тем выше прибыль.

На величину прибыли организации оказывают влияние разные факторы. По сути, это все факторы финансово-хозяйственной деятельности организации. Одни из них оказывают прямое влияние, и их воздействие можно довольно точно определить с помощью методов факторного анализа. Другие оказывают косвенное влияние, через какие-либо показатели [3, с. 112].

В данном случае величину воздействия определить можно только с определенной долей вероятности или вообще невозможно.

Для расчета прироста (уменьшения) прибыли целесообразно использовать следующую формулу:

$$\Delta P = \Delta P_{об.прод.} - \Delta P_{себ.} - \Delta P_{упр.расх.} + \Delta P_{цен} + \Delta P_{стр.сдв.} - \Delta P_{проч.расх.} + \Delta P_{проч.дох.} \quad (4)$$

где:

$\Delta P$  - изменение прибыли;

$\Delta P_{об.прод.}$  - влияние изменения объема продаж;

$\Delta P_{себ.}$  - влияние изменения себестоимости;

$\Delta P_{упр.расх.}$  - влияние изменения управленческих расходов;

$\Delta P_{цен}$  - влияние изменения цен;

$\Delta P_{стр.сдв.}$  - влияние структурных сдвигов в объеме продаж;

$\Delta P_{проч.расх.}$  - влияние изменения прочих расходов;

$\Delta P_{проч.дох.}$  - влияние изменения прочих доходов.

Используя данные формы отчета о финансовых результатах, можно рассчитать ряд показателей оценки качественного уровня достижения определенных финансовых результатов деятельности хозяйствующих субъектов, в частности таких как:

- маржинальный доход (МД), обеспечивающий покрытие постоянных затрат и получение прибыли;

- точка критического объема продаж (порог рентабельности  $g$ );

- запас финансовой прочности (ЗФП). Оптимальное значение этого показателя – свыше 60% от объема продаж.

При проведении анализа показателей прибыли, исследуется экономический эффект деятельности организации. Однако по абсолютным показателям прибыли невозможно оценить эффективность его деятельности. Абсолютные показатели не являются ориентиром при сравнении эффективности деятельности различных организаций. Показатели рентабельности более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает

соотношение эффекта с наличными или использованными ресурсами. Их применяют для оценки деятельности предприятия и как инструмент инвестиционной политики и ценообразования [4, с. 176].

Показатели рентабельности можно объединить в несколько групп:

- 1) показатели, характеризующие рентабельность (окупаемость) издержек производства и инвестиционных проектов;
- 2) показатели, характеризующие рентабельность продаж;
- 3) показатели, характеризующие доходность капитала и его частей.

Все эти показатели могут рассчитываться на основе балансовой прибыли, прибыли от реализации продукции и чистой прибыли.

Предложенная методика факторного анализа прибыли организации позволяет разработать программу повышения прибыльности (рентабельности) финансовой деятельности, мобилизовав выявленные резервы хозяйствующего субъекта.

#### **Библиографический список**

1. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник для вузов/ И.Н.Чуев, Л.Н.Чуева – СПб.: ИТК «Дашков и К», 2012.
2. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник/ М.В. Косолапова, В.А. Свободин – М.: Дашков и К, 2011.
3. Korobeynikova E.V. Economic development in Russia at the present stage // Problems and Prospects of Economic Science and Practice Development in the XXI century 2014. С. 28-38
4. Финансовый анализ: учебное пособие / Э.А. Маркарьян, Г.П.Герасименко, С.Э. Маркарьян – М.: КНОРУС, 2011.
5. Коробейникова Е.В., Садыкова Л.М. Перспективы развития банкострахования как интегрированной формы организации бизнеса // В мире научных открытий. 2015. № 3.5 (63). С. 2311-2321.
6. Shatalova, T.N., Chebykina, M.V., Zhirnova, T.V., Bobkova, E.Y. Methodological problems in determining the basic features of the sample set controlling the activities of the enterprise //Mediterranean Journal of Social Sciences. Volume 6, Issue 3S4, 2015, P. 261-268. DOI: 10.5901/mjss.2015.v6n3s4p261
7. Bobkova, E.Y., Korobeynikova, E.V., Nelyubina, E.G., Likhman, V.A. Pedagogical problems of effective training of specialists in international virtualization of economic industry // Mediterranean Journal of Social Sciences. Volume 6, Issue 3S4, 2015, P.17-24. DOI: 10.5901/mjss.2015.v6n3s4p17
8. Bobkova, E.Y., Korobeynikova, E.V., Nelyubina, E.G., Birina O.V., Safina L.G. The conceptual aspects of the innovative format of the distance learning system within modern conditions of the higher education system informatization. // Mediterranean Journal of Social Sciences)) Vol. 6, No. 5Sx August 2015
9. Коробейникова Е.В., Садыкова Л.М. Особенности реализации зарубежными страховщиками посреднических функций // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 8 (118). С. 111-115.
10. Садыкова Л.М., Коробейникова Е.В. Критерии классификации страховых продуктов // Вестник Оренбургского государственного университета. 2014. № 8 (169). С. 169-174.

11. Коробейникова Е.В. Этапы становления и развития страховых компаний в качестве финансовых посредников // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2009. № 6 (56). С. 48-51.

12. Коробейникова Е.В., Нехрапова Н.Ю. Условия развития финансового посредничества российских страховых организаций// Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2014. № 5 (65). С. 22

13. Chebykina M.V., Bobkova E.Yu. The set of anti-recessionary measures of the energy policy of industrial enterprises in the resource-saving sphere // В мире научных открытий. 2014. № 9.1 (57). С. 542-551.

14. Shatalova T.N., Chebykina M.V., Zhirnova T.V., Bobkova E.Yu. Base of instruments for managing energy resources in monitoring activity of industrial enterprises // Advances in Environmental Biology. 2014. № 8. С. 2372.

Коробейникова Е.В., Movsisyan T.S.

**The modern methodological approaches to economic analysis of the income and expenditure of the commercial organization**

**Abstract:** The article highlights the challenges and identifies the necessity for economic analysis of income and expenditure in the commercial organization. Methods and the peculiarities of the factor analysis of income were investigated, taking into account the influence of quantitative and qualitative indicators on the financial performance of the organization. The need of use of profitability indicators for evaluating the performance of a commercial organization was justified.

**Keywords:** economic analysis, income, expenditure, financial result, financial statements, factor analysis, profitability.

УДК 330.162

Р.М. Ламзин

ВГБОУ ВПО «Волгоградский государственный педагогический университет», Волгоград, Россия

## СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО МЕЖСЕКТОРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

**Аннотация.** Автор рассматривает специфику формирования единого социально-экономического пространства решения социально значимых проблем, которые существуют в процессе общественного развития. Выводом краткого анализа данной проблематики выступает то, что это продуктивное решение общественных задач заключается в паритетном сотрудничестве государственной власти, частного бизнеса и гражданской ответственности.

**Ключевые слова:** бизнес, государственная власть, гражданское общество, межсекторное взаимодействие, некоммерческие организации, социальное партнерство, социально-экономическое пространство, субсидизм, триапртизм.

Социально-экономическое пространство развития гражданского социума – это сложная совокупность взаимодействующих между собой общественных и экономических институтов, в рамках которой отдельные лица социальные группы, объединенные общими целями экономического развития и удовлетворения общественных потребностей. При этом, указанные лица и группы независимы друг от друга, а также автономны в рамках действующего законодательства по отношению к системе государственной власти так и от государства индивидов. Обеспечение тесной партнерства некоммерческих общественных организаций и структур частного бизнеса с целью объединенного представления своих интересов по отношению к функционированию государственного аппарата управления на федеральном, региональном и местном уровнях. Указанное межсекторное взаимодействие выступает устойчивой основой для эффективного воспроизводства социально востребованных продуктов при необходимом уровне защиты прав человека в различных сферах жизни социума.

В данном случае, происходит оптимальное соотнесение вертикальных (государственно-административных) коммуникаций с горизонтальным сотрудничеством, что гарантирует комплексное сочетание интересов, деловых возможностей, имеющихся ресурсов, направленных на решение

общих социально-государственных целей. Укрепляется тесная межсекторная взаимосвязь как единое пространство, что позволяет своевременно выявлять, давать соответствующую оценку и устанавливать пути решения общественных проблем.

Условиями такого развития социально-властного партнерства выступают следующие:

Развитие действующего законодательства, регулирующие экономические финансово-налоговые и имущественные отношения. Обеспечение беспрепятственного проявления частных предпринимательских возможностей при условии защиты прав потребителей и оптимальным функционированием государственных органов экономического контроля.

Формирование демократического социально направленного типа государства, базирующегося на приоритете всестороннего социального партнерства, в условиях реально сложившейся дифференциации интересов различных социальных групп.

Развитие полноценного плюрализма вариантов экономического развития, определяемых на основе ситуационного подхода, что, вместе с этим, способствует выявлению новых форм массовой политической деятельности, а также появление самоуправляемых структур и ассоциаций.

Сочетание элементов самостоятельного ориентирования гражданских объединений и признания политического единства в системе государственной политики.

Одним из важнейших принципов экономического функционирования институтов гражданского общества выступает принцип субсидизма. Данный принцип заключается в том, что крупная, экономически устойчивая социальная единица (например, система государственной власти) должна оказывать поддержку менее обеспеченной социальной единице (различным местным сообществам, представители малого бизнеса). Это происходит в том случае, если эта меньшая социальная единица не может полагаться на свои ресурсы и возможности. Тем самым, субсидизм демонстрирует многоуровневую структуру социальной поддержки, которая базируется на активности отдельного индивида, далее распространяется на непосредственную и расширенную семью, местную общность, региональное сообщество, и завершается на уровне всего государства. На каждом уровне этой иерархии более высокий уровень или единица должны защищать нижележащие уровни и помогать им, одновременно соблюдая их независимость.

В системе социально-экономических исследований указанный принцип формируется на основе двух определяющих направлений развития:

1. Повышение экономической активности отдельных граждан с индивидуальными потребностями и интересами.
2. Развитие демократического устройства государственной власти с равным статусом разных форм собственности и полноценным реформированием всех отраслей производства.

Эти направления обусловлены следующими признаками государственно-частного партнерства:

Юридическое оформление гражданского и властного сотрудничества в виде договора, создания совместных юридических лиц, и в иных формах.

Развитие партнерских отношений с оптимальным распределением функций между сторонами. В частности, это воплощается в передаче рисков тому из партнеров, кто продуктивнее может с их устранить. Формируется союз государства и бизнеса, основанный на разделении и перераспределении затрат на осуществление совместных проектов при консолидации ресурсов, активов и вкладов сторон.

Участники государственно-частного партнерства вносят свой вклад в решении общих социально-экономических задач. При этом внедряются так называемые «ноу-хау» в технологиях и способах управления при реализации проектов, и налаживаются связи с поставщиками и подрядчиками, что повышает спрос высококвалифицированных работников на рынке труда [5].

Система государственного управления обеспечивает правомочия собственности, предоставляет различные льготы и гарантии, а также финансовые ресурсы, что связано с выполнением соответствующих государственных функций по контролю и регулированию удовлетворения общественных интересов.

Реализация взаимных экономических инициатив со стороны частных собственников, государственных структур и муниципальных органов власти с целью обмена опытом и положительных результатов в управлении и использовании имущества. Экономические интересы публичных образований заключаются в создании или реконструкции общественно значимых объектов недвижимости, в получении дохода за использование этих объектов частным партнером, а также в обеспечении населения соответствующими товарами, работами и услугами [4].

Властно-гражданское партнерство осуществляется для решения определенных задач - для оказания определенной группы услуг или для обеспечения функционирования определенного объекта инфраструктуры. Нередко это связано с реализацией инвестиционного проекта. Тем самым, с момента своего появления до момента окончания или ликвидации он проходит ряд этапов: 1) преинвестиционный; 2) инвестиционный; 3) эксплуатационный. Одним из ключевых аспектов рассмотренного партнерства является заинтересованность каждого участника проекта в

институте государственно-частного партнерства. Следует отметить, что интерес бизнеса обусловлен, в первую очередь, заинтересованностью в максимизации прибыли от реализации проектов. Обладая хозяйственной свободой в проектах, предоставляемой государством, частный сектор стремится к увеличению производительности труда и нововведениям. При этом, частное предпринимательство при неудачном стечении обстоятельств при реализации проекта, получает достаточные гарантии возврата вложенных средств в реализацию проекта, так как государство несет определенные риски в случае наступления экономического кризиса [3, с. 56].

Таким образом, формируется структура трипартизма как постоянное и тесное сотрудничество государства, профсоюзов и представителей капитала, что является воплощением корпоратизма. Это воплощается в системе представительства интересов, составные части которой организованы в многообразии специфических, сотрудничающих между собой, иерархически упорядоченных социально-экономических субъектов [2].

Система конкурсного отбора проектов и эффективные процедуры экспертизы, отчетности, мониторинга и оценки проектов, умение формулировать задачу и планировать деятельность для достижения результатов, достаточно хорошо освоено некоммерческим сектором и позволяет наиболее эффективно использовать ограниченные ресурсы.

Чаще всего бизнес вкладывает средства в решение социальных проблем на территории своего возникновения. Независимые некоммерческие организации оказывают услуги, имеющие признаки:

Технологическая гибкость с применением разных средств производства.

Оперативность и соответствующее реагирование на проблему.

Персонификация оказание услуг при тесном взаимодействии с потребителями.

Как правило, значительно более низкая цена за счет минимизации накладных административных расходов; при этом зачастую используется труд высококлассных специалистов, но работающих не редко на волонтерских началах или работающих при частичной занятости.

Комплексность и применение интегрированного подхода к решению комплексных проблем.[1, с. 35]

Партнерство с государственными структурами обеспечивает стабильность самого рынка социальных услуг. Из-за нехватки ресурсов деятельность гражданских объединений носят кратковременный характер и зависят от длительности экономического функционирования.

Таким образом, межсекторное взаимодействие государственной власти, частного бизнеса и гражданского сообщества определяет



устойчивое развитие единого социально-экономического пространства как одного из важнейших факторов общественного развития.

### Библиографический список

1. Аврорина Л.В. САФ-Россия: НКО как особый сегмент рынка социальных услуг. Вклад негосударственных некоммерческих организаций в решение социальных проблем в России. Развитие социальных услуг. – Сборник статей и материалов «мозгового штурма». – Под ред. Казакова О.Б - М., 2003. - С. 9-12.

2. Бакалов А.И. Правовое государство и гражданское общество: идеал и действительность. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kazedu.kz/referat/69524>. – Загл. с экран (дата обращения: 06.06.2015).

3. Бальцерович Л. Навстречу ограниченному государству / Пер. с англ. - М.: Новое издательство, 2007. - 92 с.

4. Белокурова Е. Модели взаимодействия одели третьего сектора с региональными органами власти в России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.civisbook.ru/publ.html?id=712>. – Загл. с экран (дата обращения: 12.07.2015)

5. Бородкин Ф.М. Третий сектор в государстве благоденствия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ecsocman.hse.ru/data/734/974/1219/1997\\_n2\\_p67-116.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/734/974/1219/1997_n2_p67-116.pdf). – Загл. с экран (дата обращения: 06.06.2015).

~ R.M. Lamzin

#### ~ **Socio-economic space of cross-sector collaboration**

~ **Abstract.** The author considers the specifics of the formation of a single socio-economic space of the solution of socially important problems that exist in the process of social development. Conclusion the brief analysis of this problem is that it is a productive solution to social problems lies in the joint cooperation of the public authorities, private business and civil society.

~ **Keywords:** business, government, civil society, cross-sector partnerships, nonprofit organizations, social partnership, social-economic space, subsidies, tripartism.

УДК 338.48

Е.Г. Леонидова

Институт социально-экономического развития территорий РАН,  
Вологда, Россия.

## ВЛИЯНИЕ СОБЫТИЙ НА ТУРИСТИЧЕСКУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНА

**Аннотация.** В статье описано влияние событий на туристическую привлекательность региона. В ней приведена классификация событий, описаны успешные примеры проведения событийных мероприятий в регионах РФ, перечислены принципы организации эффективного события.

**Ключевые слова:** позиционирование, туризм, событие.

В настоящее время приоритетной отраслью экономики некоторых регионов РФ является туризм. Он положительно влияет на экономическую, социальную, экологическую и политическую сферу жизни общества. Кроме того, туристская отрасль, обладая мультипликативным эффектом, оказывает воздействие на развитие смежных отраслей. В связи с этим местные власти стремятся повысить туристическую привлекательность региона. Одним из способов увеличения туристского потока является организация ярких и запоминающихся событий, способных привлечь большое количество зрителей. Целью данной статьи является исследование влияния событий на туристическую привлекательность региона.

В отличие от зарубежных авторов интерес к исследованию значения событийного туризма для экономики российских ученых обозначился только в последние десятилетия. В связи с этим многие теоретические и методологические проблемы в данной области являются нерешенными. Тем не менее, можно выделить основные подходы, предложенные авторами к определению событийного туризма (табл.1).

Следует отметить, что в настоящее время среди российских исследователей единая точка зрения по поводу событийного туризма отсутствует. Можно предложить следующее определение данной категории, учитывая ее многоаспектный характер: событийный туризм - вид туризма, связанный с посещением туристами и экскурсантами места проведения события, отличного от места их постоянного проживания, в определенное время, соответствующее срокам проведения события.

Таблица 1.

**Трактовка понятия «событийный туризм» в трудах отечественных авторов**

<b>Сущность событийного туризма</b>	<b>Источник</b>
<b>Подход, рассматривающий событийный туризм как туристскую деятельность</b>	
«Вид туристской деятельности, привлекающий туристов разноформатными общественными мероприятиями культурной или спортивной жизни, которые способствуют развитию инфраструктуры туризма, интеграции разных слоев населения в общество и формированию положительного имиджа дестинации».	О.В. Алексеева [1]
«Туристская деятельность, связанная с разнообразными значимыми общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большое количество туристов из разных стран».	Е.А. Лакомов [10]
<b>Подход, рассматривающий событийный туризм как вид туризма</b>	
«Значимая часть культурного туризма, ориентированная на посещение дестинации в определенное время, связанное с каким-либо событием в жизни сообщества или общества, редко наблюдаемым природным явлением».	М.Б. Биржаков [2]
«Событийный туризм - это вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанное с каким-либо событием».	Г. П. Долженко, А. В. Шмыткова [7]

В теории событийного туризма большое значение имеет классификация событий. Она позволяет упорядочить существующие виды событий, что является важным при разработке региональных программ, дифференцирования событий для разных территорий, определения вклада в экономику региона. Так, в зарубежной практике используется классификация событий, предложенная Д. Гетцем (рис.1). Автор располагает события в зависимости от масштаба мероприятия. Согласно ему, наибольшим спросом у населения и ценностью с точки зрения организации обладают нерегулярные мега-события (Олимпиады, чемпионаты мира и т.д.).

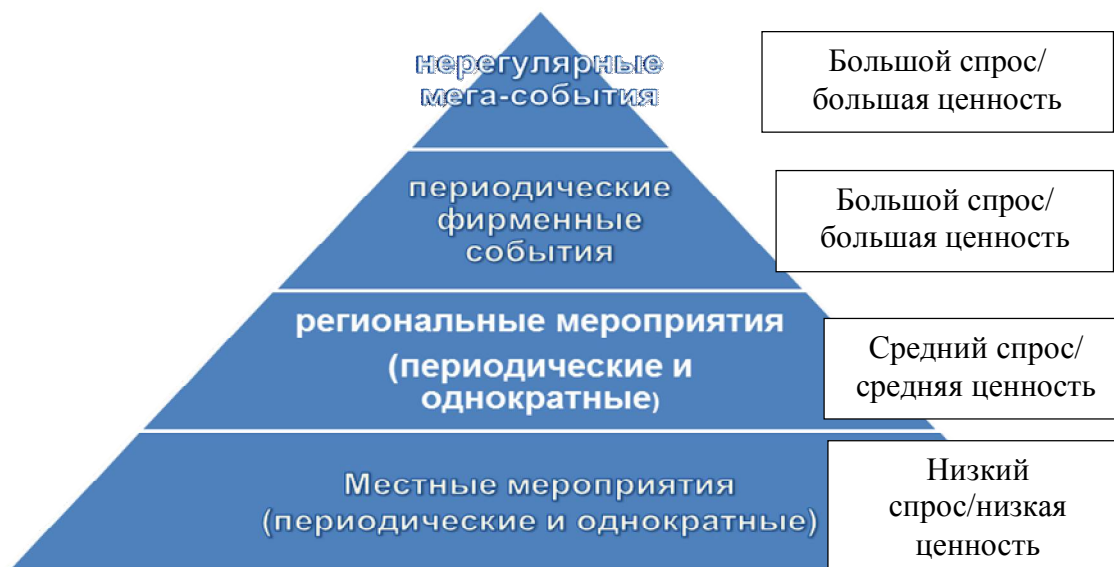


Рис.1. Пирамида событийного туризма Д. Гетца [2].

При этом для небольших территорий для обеспечения устойчивого роста туристского потока целесообразным является проведение на регулярной основе небольших мероприятий.

Среди российских авторов наиболее полной и разработанной является систематизация, предложенная А.Н. Ворониным, И.В. Крыловой и Г.А. Громовой. Авторы предлагают разделить мероприятия событийного туризма по следующим классификационным признакам:

- 1) по объектам туристского интереса: природные объекты и организованные мероприятия;
- 2) по уровню события: международные, национальные, межрегиональные;
- 3) по масштабу: малые, средние, крупные и очень крупные;
- 4) по периодичности (регулярности) проведения: разовые (уникальные) и регулярные;
- 5) по продолжительности: кратковременные, однодневные и многодневные;
- 6) по целевой аудитории: для определенной категории населения и для широкой аудитории;
- 7) по структуре: простые и сложные [4].

В Российской Федерации событийный туризм находится в стадии становления, однако в последние годы активно развивается. Среди главных событий, оказавших значительно влияние на экономический рост территории и способствовавшие значительному притоку туристов, стали: проведение Всемирной Универсиады в 2013 г. в г. Казань, а также Олимпийские Игры и этап проведения гран-при «Формулы-1» в г. Сочи в 2014 г.

Повысить туристическую привлекательность регионов РФ для иностранных и внутренних туристов должно проведение в 2018 г. чемпионата мира по футболу.

Среди мероприятий регионального масштаба, можно выделить некоторые значимые события, ставшие визитной карточкой территории. К таким можно отнести фестиваль Мыши в г. Мышкин (Ярославская область). За 12 лет проведения фестиваля, число туристов, посетивших его, увеличилось в 18,6 раз (рис.2).

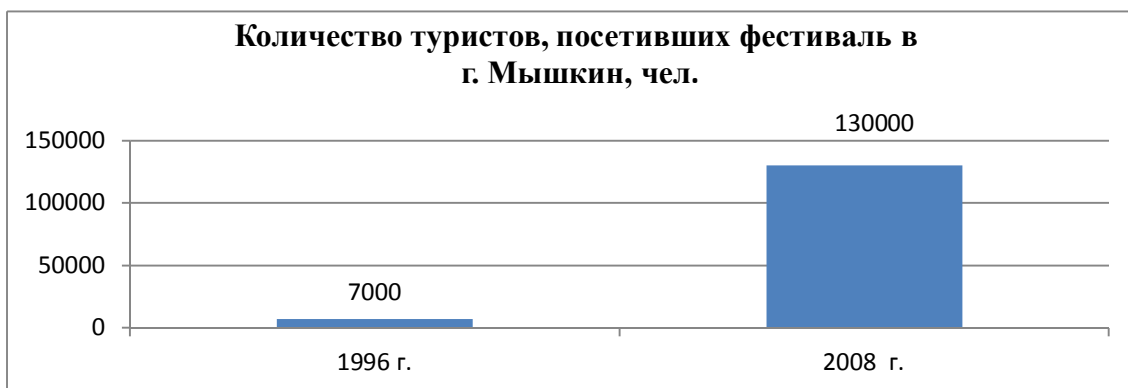


Рис.2. Динамика посещаемости фестиваля в г. Мышкин, чел. [6].

В Краснодарском Крае потребность в создании событий возникла вследствие доминирования традиционного для региона пляжного отдыха. Региональными властями была признана необходимость диверсификации туристских продуктов региона и позиционирование его с другой стороны. Так, в 2009 г. в Краснодарском Крае возник музыкальный фестиваль «Кубана», проводимый на открытом воздухе. В результате за четыре года его проведения он вошел в число самых посещаемых фестивалей не только в РФ, но и стран Евросоюза (рис.3.).

Кроме того, появление фестиваля стало одним из способов привлечения туристов во время кризисных явлений. Значимость организации событий в условиях нестабильной экономической ситуации подчеркнута в работе Т. И. Власовой и А.В. Алейникова [3]. Исследователи считают организацию событий эффективным антикризисным инструментом привлечения туристских потоков в регион.

В целом, при организации эффективных событий, способных привлечь туристов, необходимо придерживаться следующих принципов:

1. Событие должно иметь лаконичное, запоминающееся название.
2. Одной из характерных черт событийного туризма является массовость. В мероприятии должен быть представлен весь спектр развлечений. Кроме того, необходимо наличие интерактивных программ. Зрители должны быть активными участниками мероприятий.

3. При организации события необходимо использовать инструменты государственно-частного партнерства. Это позволит в будущем сделать фестиваль экономически прибыльным мероприятием для всех.

4. Необходимо рассчитать возможности туристской инфраструктуры для комфортного пребывания туристов и жителей города.

5. Событие должно носить уникальный неповторимый характер и иметь связь с местностью его проведения.

6. При проведении события необходимо активизировать деятельность предприятий, занимающихся изготовлением сувениров и изделий народно-художественных промыслов.

7. При подготовке события необходимо обеспечить широкую информационную поддержку фестиваля – создать интернет-площадку, использовать возможности социальных сетей и т.д.

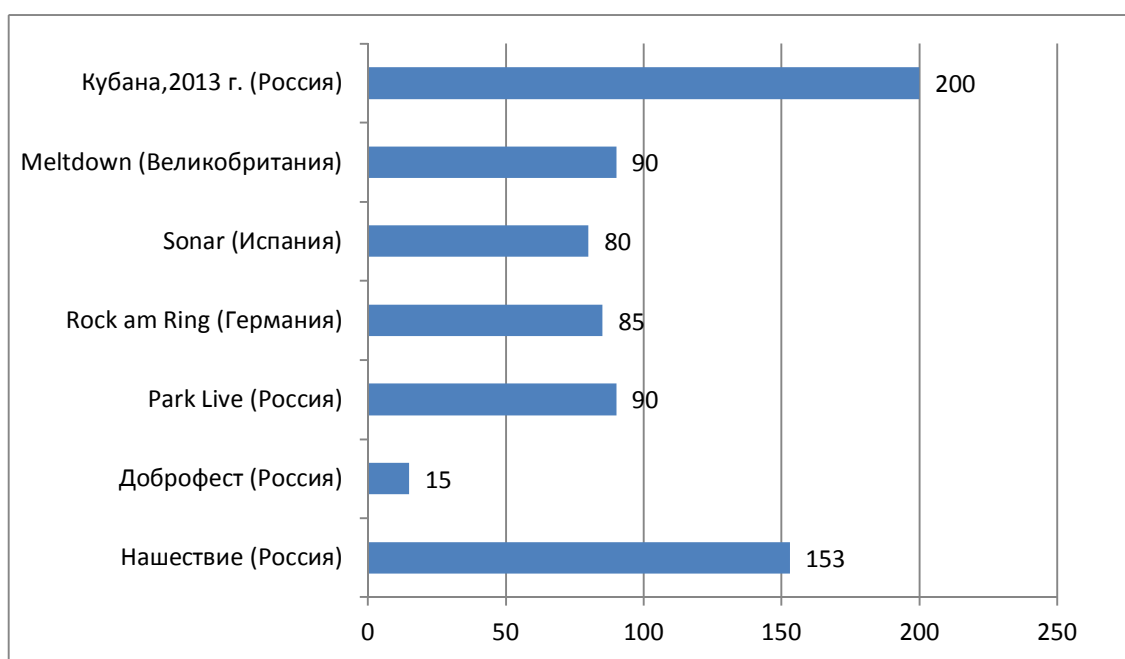


Рис. 3. Посещаемость российских и зарубежных фестивалей в 2014 г., тыс. чел. [5].

Помимо этого органами региональной власти должна проводиться работа по организации сервиса и улучшения инфраструктуры в местах проведения события. Кроме того, важным в данном случае является активная информационная составляющая, в рамках которой предлагается доведение информации о событии до потенциальных туристов.

Таким образом, событие является эффективным инструментом увеличения посещаемости туристами региона. При грамотном комплексном подходе, учитывающем вышесказанные принципы организации событий, событийный туризм может стать источником экономического роста территории.

### Библиографический список

1. Алексеева, О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Москва. - 24 с.
2. Биржаков, М.Б. Событийный туризм: карнавалы в истории и современном туризме / М.Б. Биржаков, И.В. Воронцова, Н.И. Метелев // Туристские фирмы. – 2000. - № 23. – С. 94-111.
3. Власова, Т.И. Событийный туризм - эффективный антикризисный инструмент привлечения туристских потоков в регион (на примере г. Санкт-Петербурга) [Текст] / Т. И. Власова, А. В. Алейников // Вестник национальной академии туризма. - 2015. - № 1. - С. 38-40
4. Воронин, А. Н. Теоретические и методические аспекты развития событийного туризма в дестинации [Текст] / А. Н. Воронин, И. В. Крылова, Г. А. Громова // Вестник Национальной академии туризма. - 2012. - № 2. - С. 40-43
5. Воронина, Ю. В отпуск как по нотам [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.rg.ru/2014/07/15/turizm.html> (2.05.2015)
6. Выступление главы Мышкинского района А. Курицина [Электронный ресурс] // Всероссийский клуб малых историко-туристических городов / Режим доступа: <http://smgrf.ru/vystuplenie-glavy-myshkinskogo-rajona-anatoliya-kuritsina/> (11.05.2015)
7. Долженко, Г.П., Шмыткова, А.В. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. - 2007. - № 6. - С.116-119.
8. Дурович, А.П., Маркетинг в туризме [Текст] / А. П. Дурович, А.С. Копанев // Минск. Экономпресс. – 1998. – 400 с.
9. Кудрявцева, О.С. праздничное мероприятие как метод позиционирования региона. [Электронный ресурс] // VI Всероссийская научно-практическая конференция «Позиционирование региона: проблемы, опыт, тенденции» / Режим доступа: <http://osu.ru/sites/soconf/history.html#2013> (1.05.2015)
10. Лакомов, Е.Ф. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Москва. – 28 с.
11. Маркетинг туристического потенциала региона - эффективные подходы и инструменты маркетинговой политики [Электронный ресурс] / Режим доступа: [http://www.strategy.ru/UserFiles/File/publish\\_article/Marketing%20tur.potenciala.pdf](http://www.strategy.ru/UserFiles/File/publish_article/Marketing%20tur.potenciala.pdf)
12. Ускова, Т.В. Социально-экономический ресурс туризма [Текст]: монография / Т.В. Ускова, Л.В. Дубиничева, В.С. Орлова. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2011. – 182 с.
13. Шпилько, С.П. События к событийному туризму / С. П. Шпилько // Вестник национальной академии туризма. - 2014. - № 1. - С. 13
14. Яковлева, Ж. Событийный туризм. Классификация и перспективы развития [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.russiaturforum.com/rostov\\_info/](http://www.russiaturforum.com/rostov_info/) (10.05.2015)

Leonidova E.G.

#### **Impact of events on tourist attractiveness of region.**

**Abstract.** The article deals with impacts of events on tourist attractiveness of region. It reviews the classification of events and shows successful examples of events in the regions of the Russian Federation. In conclusion the article describes rules of effective events.

УДК 334.02

С.Е. Макаров

ФГБОУ ВПО «Донской государственный технический университет»,  
Ростов-на-Дону, Россия

## БИЗНЕС-АКСЕЛЕРАТОР КАК ИНСТИТУТ ПОДДЕРЖКИ СТАРТАПОВ

**Аннотация.** Задача построения экономики инновационного типа требует механизмов, обеспечивающих бесперебойность инновационного процесса и успешную коммерциализацию его результатов. Зарубежный опыт последних лет доказал важность акселерационного механизма поддержки инновационных проектов. Перспективы развития такой формы стимулирования инноваций связаны с расширением сетевого взаимодействия между этими структурами, поддержкой их открытости и налаживанием партнерских отношений с промышленным и научным сообществами в регионах

**Ключевые слова:** акселератор; инновационный процесс; инновационная инфраструктура

Обеспечение устойчивого развития экономики инновационного типа требует особых институтов, способных решить проблему бесперебойности инновационного процесса. Институты поддержки начинающих инновационных компаний уже доказали свою эффективность за рубежом. Ключевым фактором их развития служит формирование условий обеспечивающих отлаженное взаимодействие субъектов инновационного процесса, получающих с учетом взаимного сотрудничества необходимый объем ресурсов и компетенций.

Проблематика развития и взаимодействия институтов инновационной инфраструктуры исследована в трудах таких зарубежных и российских ученых, как Г. Ицковиц [7;8], К. Малек, Е. Майн и И. Маккарти [9], Л.М. Гохберг [2] и др. Несмотря на значительное внимание к данной проблеме, многие вопросы остаются нерешенными, прежде всего, это касается развития механизмов генерации инфраструктурной поддержки вновь созданных инновационных компаний. Зарубежный опыт последних лет показал важность акселерационного механизма поддержки инновационных проектов, находящихся на ранних стадиях развития.

Данное исследование посвящено поиску путей повышения эффективности институтов поддержки инновационных компаний ранних стадий. В данной работе внимание сфокусировано на инструментах инновационной инфраструктуры, создающих необходимые условия для



продвижения инновационных проектов с момента их зарождения, поскольку именно на этом этапе возникают наибольшие проблемы с доступом к ресурсам инновационной экосистемы, необходимым для их реализации.

Процесс от момента зарождения идеи до поступления инновационного продукта на рынок можно охарактеризовать как переход стадий инновационного процесса, характеризующийся постепенным снижением инвестиционного риска и увеличением потенциальных доходов инвестора. Каждая стадия требует выработки особого механизма поддержки, направленного на снижение риска и поиска подходящих источников финансирования. Ранние стадии разработки инноваций («посевная» и «старт-ап») являются периодом особого риска и наиболее «узким местом» в развитии стартапа. Под стартапом понимается временная организация, предназначенная для поиска определенной бизнес-модели [1] с целью реализации инновационного проекта.

Экономической практикой выработаны особые механизмы, помогающие преодолеть этот этап стартапам путем предоставления им необходимых ресурсов, условий и услуг. Такие институты венчурной инфраструктуры предоставляют офисные помещения необходимые для их реализации, а также проводят консультации, тренинги, осуществляют юридическое и бухгалтерское сопровождение, менторство, информационную, логистическую и PR-поддержку и поддержку по формированию бизнес-модели и организации маркетинговой стратегии. К институтам венчурной инфраструктуры, способствующим развитию стартапов, относятся следующие субъекты [3]:

- центры трансфера технологий (ЦТТ) – организации, которые помогают обладателям интеллектуальной собственности передавать ее компаниям для использования в производстве товаров и услуг. ЦТТ относятся к консалтинговым элементам инфраструктуры, целью которых являются эффективное сотрудничество между разработчиками, предпринимателями и инвесторами;

- бизнес-инкубаторы – организации, занимающиеся поддержкой инновационных проектов на всех этапах: от разработки до коммерциализации. Бизнес-инкубаторы осуществляют инфраструктурную поддержку инновационных проектов путем формирования благоприятной предпринимательской среды, в т.ч. оказание помощи в привлечении инвесторов, и взаимодействия с научными организациями и промышленными предприятиями;

- инновационно-технологические центры (ИТЦ) - организации, имеющие в своем управлении офисные или лабораторные площади, как правило на базе научных организаций или крупных вузов, целью которых

является создание среды для возникновения и скорейшего развития инновационных компаний;

- технопарки – организации, на территории которых объединены научно-исследовательские институты, промышленные предприятия, деловые центры, выставочные площадки, учебные заведения, а также обслуживающие объекты. Технопарки могут включать в себя ИТЦ и бизнес-инкубаторы в виде элементов инновационной инфраструктуры;

- консалтинговые и сервисные компании – источники услуг в области экономической, управленческой и информационной поддержки инновационных проектов.

Под воздействием изменяющихся условий и потребностей эти институты трансформируются и совершенствуются. Растет количество участников инновационного процесса, а вместе с ним повышаются и требования к профессионализму инструментов инновационной инфраструктуры. В этой связи, поиск оптимального механизма поддержки начинающих инновационных компаний обусловил необходимость исследования накопленного зарубежного и отечественного опыта функционирования инструментов инновационной инфраструктуры.

Перечисленные институты инфраструктуры, за исключением бизнес-инкубатора, занимаются сопровождением инновационных проектов не только на ранних стадиях. Технопарки и ИТЦ не проводят политики обязательного обновления обслуживаемых компаний и поддерживают не только вновь созданные компании и проекты. Консалтинговые инструменты инновационной инфраструктуры оказывают неполный спектр услуг, необходимых для реализации инновационного проекта. В силу этого ограниченность консалтинговых и сервисных компаний в процессе поддержки начинающих компаний очевидна. Таким образом, с точки зрения поддержки инновационных проектов на ранних стадиях, следует особо выделить такой институт, как бизнес-инкубатор[5].

Первый бизнес-инкубатор *Batavia Industrial Center* был основан в 1959 г. в промышленном центре штата Нью-Йорк в США [6] с целью создания новых рабочих мест. Назначение бизнес-инкубаторов заключается в том, чтобы предоставлять для вновь созданных инновационных предприятий консультационные, бухгалтерские и юридические и прочие услуги и обеспечивать их помещениями. Благодаря бизнес-инкубаторам новые инновационные предприятия сокращают свои расходы, связанные с доступом к ресурсам, повышая тем самым свою деловую активность.

Еще одним институтом поддержки стартапов выступает бизнес-акселератор, который во многом схож с принципами модели бизнес-инкубатора, но ориентирован на более интенсивное развитие инновационных проектов в короткие сроки. В конце 80-90 гг. XX в.

бизнес-инкубаторы и бизнес-акселераторы воспринимались скорее, как научные лаборатории, нежели как организации, способствующие посевному финансированию. Однако, в начале 2000-х годов, после интернет-бума, многие начинающие предприятия остались без достаточного капитала, и это поспособствовало созданию нового типа акселераторов под руководством опытных, успешных предпринимателей, поддерживающих начинающие предприятия и подготавливающих их к посевному финансированию.

Исследование феномена бизнес-акселератора позволило выделить несколько основных его отличий от других институтов инновационной инфраструктуры [10]. Во-первых, бизнес-акселераторы принимают предпринимательские проекты и команды на основе конкурса. Многие из подающих заявки для участия в акселераторе являются студентами старших курсов университетов, что делает их более конкурентоспособными и привлекательными с точки зрения затрат на оплату труда. Во-вторых, акселераторы, как правило, принимают и «выращивают» гораздо большее число инновационных проектов, чем бизнес-инкубатор. В-третьих, акселераторы предоставляют ресурсы и услуги начинающим предприятиям в обмен на получение доступа к участию в их капитале. В-четвертых, важное различие между инкубатором и акселератором, заключается в их правовом статусе. Инкубаторы, как правило, некоммерческие организации, которые не преследуют цель увеличения прибыли, в то время как большинство акселераторов нацелены на увеличение окупаемости инвестиций для их спонсоров. В-пятых, деятельность акселератора по выращиванию проектов более быстрая и интенсивная по сравнению с инкубатором. Продолжительность акселерационной программы составляет от трех месяцев (для медиа- и интернет-предприятий) до шести. В-шестых, команды, которые присоединяются к акселератору, имеют полный доступ общения с другими командами с целью взаимной поддержки. Акселераторы, как правило, создаются на базе венчурных фондов, бизнес-инкубаторов или технопарков. Помимо доступа инновационных проектов к стартовому капиталу акселераторы формируют их добавленную стоимость путем ускоренного интенсивного наставничества и социальных сетей.

В современной мировой практике можно выделить следующие основные типы акселераторов [11]:

- «бизнес-ангельские» акселераторы, которые сформированы несколькими частными инвесторами и ассоциацией «бизнес-ангелов» с акцентом на наставничество предпринимателей (например, 500 start-ups, VentureNursery);

- корпоративные акселераторы, которые основаны на корпоративном интересе продвижения технологий и продукции. Помимо технической

поддержки, они иногда занимаются посевным финансированием (например, Microsoft Accelerator, Citrix Accelerator, Infosys);

- акселераторы на основе венчурных фондов, выделяющих часть средств для начального финансирования проектов, опираясь на возможности своих партнеров (например, Angel Prime, Khosla Labs);

- акселераторы поддерживаемые высшими учебными заведениями, иногда на основе предоставления проектам стартового капитала (например, iAccelerator, T LABS).

Таким образом, сформированные частными инвесторами, на базе венчурного фонда или корпорации, бизнес-акселераторы предоставляют доступ инновационным проектам к посевному инвестированию.

Акселераторы представляют собой объединение опытных бизнесменов, которые занимаются руководством, наставничеством, созданием сетей, управлением проектами, предоставляют офисные услуги, знания и опыт зарождающимся инновационным предприятиям, чтобы помочь им добиться успеха на ранних стадиях жизненного цикла. Неопределенность экономической среды акселераторы воспринимают как лучшее время для инвестирования в инновации, особенно в технологии, поскольку в этот период издержки снижаются, и это открывает возможности для новых разработок. Таким образом, акселераторы имеют непосредственное отношение к венчурной и наукоемкой индустрии и представляют инструмент функционирования венчурной экосистемы, обеспечивающий поддержку инновационных компаний на ранних стадиях. В основе механизма бизнес-акселератора, подобно другим институтам венчурного инвестирования, лежит не только предоставление финансовых ресурсов для инновационных проектов или компаний, но и на вложение в них интеллектуального капитала в виде знаний, опыта, «ноу-хау» в области маркетинговых стратегий, организации управления и др. При этом для инновационных проектов ранних стадий вложение акселераторами интеллектуальной составляющей едва ли не превышает по важности значимость получения «посевных» финансовых ресурсов.

Первым акселератором, направленным на запуск инновационных проектов, считается Y-Combinator, созданный в Калифорнии в 2005 году [10]. Популярность бизнес-акселераторов в США подтверждается увеличением их количества в последние годы. Аналогичная тенденция сложилась и в Европе. Первый акселератор Seedcamp, созданный в Лондоне в 2007 г., в настоящее время имеет общеевропейский статус и получает более 2000 заявок в год. С момента создания Seedcamp выпустил 110 инновационных компаний, которые привлекли 65 млн. долл. инвестиций в общей сумме.

Сегодня в мире насчитывается более 700 акселераторов, из них наиболее успешными считаются американские Y-Combinator и TechStars,

выпустившие за время своего существования 566 и 248 инновационных компаний соответственно. «Выживаемость» проектов после поддержки этими акселераторами составляет более 85% [4].

Популярность бизнес-акселераторов для поддержки инновационных проектов на ранних стадиях обусловил их особый механизм бизнес-стратегии, который обеспечивает взаимосвязь научных разработок и промышленных технологий, услуг по продвижению и коммерциализации проектов [11]. Главное преимущество акселераторов заключается в сокращении времени выхода на рынок инновационных проектов, путем предоставления возможностей по проведению необходимых исследований и разработок, сокращению административных затрат и быстрому поиску инвесторов. Таким образом, акселерационные программы снижают технологический и операционный риски инновационного проекта, повышая тем самым их шансы на успешную коммерциализацию.

Несмотря на успех многих зарубежных акселераторов, существуют определенные проблемы, которые могут поставить под сомнение эффективность их деятельности. Во-первых, процесс акселерации длится всего 3-6 месяцев, т.е. на рынок выходит совсем молодая компания, которая не всегда может ответить на вызовы его жесткой конкурентной борьбы. Во-вторых, слишком мало информации предоставляют акселераторам начинающие инновационные компании при заполнении заявки или интервьюировании, что часто не позволяет реально оценить эффективность деятельности компаний в будущем. В-третьих, выращивание компаний в акселераторе может привести к тому, что оказываемая поддержка на ранних стадиях отчасти лишает их «духа предпринимательства» и навыков борьбы в конкурентной среде. Как следствие, для инвесторов компании, выращенные в акселераторе будут менее привлекательны, поскольку отбор рынка более жестко, но более реально отражает перспективы компании, нежели отбор акселератора. В-четвертых, подход акселераторов к процессу инвестирования, основанный на большом количестве почти случайных инвестиций в надежде на рост стоимости компаний в отрасли в целом, также является спорным. Меньшее количество целевых вложений представляется более эффективным способом инвестирования [11]. Появление акселераторов отчасти является реакцией на недостатки системы университетского образования в сфере создания необходимых технических и предпринимательских основ для развития инновационной деятельности. Ускоренный темп обучения и опыт реального ведения бизнеса и делает акселераторы столь привлекательными для студентов и молодых предпринимателей.

Деятельность бизнес-акселераторов требует определенных операционных затрат, связанных с арендой помещения, привлечением

экспертов, продвижением проектов. Эти затраты по данным The World Bank могут колебаться от 2 тыс. долл. до 115 тыс. долл. Их уровень в совокупности с трудностями поиска успешных бизнес-моделей в условиях нестабильной рыночной конъюнктуры и институциональной среды, представляет определенный барьер для деятельности российских бизнес-акселераторов, инициированных частным бизнесом. Исходя из этого, и государство, и институты развития, принимая во внимание привлекательность акселерационных программ, пытаются найти оптимальные механизмы для решения задач эффективного развития новых технологий и их быстрой коммерциализации на рынке.

Перечисленные проблемы функционирования акселераторов формируют потребность в совершенствовании государственной поддержки инструментов развития инновационных компаний, находящихся на ранних стадиях. В то же время, модель акселератора достойна пристального внимания как один из быстрых способов поддержки увеличения темпов роста новых инновационных компаний в турбулентной экономической среде. Уникальность и ценность акселераторов состоит в том, что они предоставляют глубокую технологическую и бизнес экспертизу, тем самым ускоряя развитие инновационного проекта. Акселераторы, представляющие собой, по сути, коммерческие модели по получению быстрых инвестиций, превратились сегодня в институт развития, поддерживаемый государствами и университетами по всему миру.

#### Библиографический список

1. Бланк С., Дорф Б. СтартUP. Настольная книга основателя. М.: Альпина Паблишер, 2014
2. Гохберг Л.М. Национальная инновационная система России в условиях «новой экономики» // Вопросы экономики. 2003. № 3. С. 26–44.
3. Инновации: ключ на старт. Экосистема венчурных компаний посевного цикла: состояние и перспективы / ООО Наутех, коллектив авторов. М.: Бизнес-журнал, 2010
4. Карта акселераторов. Инфографика // Russian venture chronicle. 2014. №1
5. Макаров С.Е., Угнич Е.А. Бизнес-катализаторы как драйверы развития региональных инновационных систем // Форсайт. – 2015. – Т.9. - №1
6. Lewis, D.A., Harper-Anderson, E., Molnar, L.A. Incubating Success. Incubation Best Practices That Lead to Successful New Ventures. University of Michigan, 2011. Retrieved from <http://www.nist.gov/ineap/upload/Incubating-Success-Report.pdf>
7. Etzkowitz H. Innovation in Innovation: The Triple Helix of University-Industry-Government Relations // Social Science Information. 2003. Vol. 42. № 3. P. 293–338.
8. Etzkowitz H., Pique J. Silicon Valley in Transition from Network to Gravitation Field. Paper presented at the International Association Science Parks Conference, Helsinki, 2005.
9. Malek K., Maine E., McCarthy I. A typology of clean technology commercialization accelerators // Journal of Engineering and Technology Management, 2014. №32. P.26-29

10. Miller P., Bound K. The Startup Factories The rise of accelerator programmes to support new technology ventures. Discussionpaper: June, 2011 Retrieved from <http://www.nesta.org.uk/sites/default/files>

11. Sharma A.R., Joshi M., Pradesh U. Is Accelerator an Option? Impact of Accelerator in start-up eco-system! Working Paper Series, May, 2014 Retrieved from at <http://ssrn.com/abstract=2438846>

}} Makarov S.E.

}} **Business accelerator as an institution to support startups**

}} **Abstract.** The task of building of an innovative economy requires mechanisms that will ensure the continuity of innovative process and contribute to the successful commercialization of innovations. Foreign experience of recent years has shown the importance of the accelerating mechanism of innovative project. The prospects for business-accelerators are seen in the development of their network interaction as an important element of an open business entrepreneurial culture and the expansion of partnership relations with the industrial and scientific community.

}} **Keywords:** accelerator; innovative process; innovation infrastructure

УДК 368.013

Ю.В. Мельникова

ФГБОУ ВПО Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Волгоград, Россия.

## АНАЛИЗ ПЕРЕСТРАХОВОЧНЫХ И ОПЫТ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ В ПЕРЕСТРАХОВАНИИ.

**Аннотация.** В статье рассматривается современное понятие перестрахованию, обозначаются наиболее существенные функции перестраховочных отношений и виды перестраховочных контрактов. Приводится перечень российских компаний, вышедших на мировой рынок в перестраховании.

**Ключевые слова.** Перестрахование, контракт, риск, страхователь, рынок перестрахования.

Reinsurance is called "secondary" insurance or insurance underwriters. Most insurance companies transmit a certain portion of insurance liabilities to other insurers, in order to create a full-fledged operations and achieve financial "prosperity."

Therefore, in the insurance business is increasingly found a special group of companies - reinsurers specializing in reinsurance operations.

Reinsurance - a system of economic relations, under which the insurer is taking on the insurance risks, the responsibility for them passes on agreed terms to other insurers in order to create a balanced insurance portfolio, ensuring financial stability of insurance operations. Reinsurance is the insurance of one insurer (reinsurer) under certain conditions, the risk of contract performance of all or part of its obligations to the insured with another insurer (reinsurer).

Reinsurance is preceded by a long history. It first appeared in the Middle Ages in the field of maritime security.

Since reinsurance refers to the international insurance activities, which is why it uses specific terminology. The insurance company is the primary insurer, called the reinsurer or the assignor. The company that takes risks in reinsurance from reinsurer, called the reinsurer or the assignee and the transfer of risk to reinsurers from the assignor to the assignee - process. Accepted reinsurance risks may be re-transferred to the secondary and subsequent reinsurance. The process of transferring the risks of secondary and follow-called reinsurance retrocession and hand - and retrotsessionariem retrocedent respectively.

Law of the Russian Federation "On organization of insurance business in Russia" states that the purpose of reinsurance is to provide a balanced portfolio by dividing the insurer and risk adjustment, ensuring financial stability and



profitability of insurance operations. With the transfer of the risk to the reinsurer the risk that the insurer must pay himself, is reduced to a size that it is able to serve, taking into account their financial capabilities. By law, the insurer, which is necessary to make a payment in excess of its capacity, shall «perestrahovatsya». Insurance supervision of the Russian Federation found that the maximum amount of liability to be left on their own holding the insurer shall not exceed 10% of equity.

A distinctive feature of reinsurance is that the reinsurer does not react to the economic and legal relationship with the insurer, and the insurer is engaged. And despite the conclusion of a treaty reinsurance, the insurer will still be responsible to the insured for the payment of possible damages in full, for him it is a straight line, or the first insurer. During long-term development of reinsurance relationships formed certain types of reinsurance contracts, which are used in the national (domestic) and international levels. The form mutually commitments assignor and the reinsurer's reinsurance contracts are divided into contracts: facultative reinsurance; reinsurance; facultative reinsurance. The process of the above mentioned reinsurance contracts called optional, obligatory and facultative obligatory.

By resorting facultative reinsurance for insurance of certain large risks. Taking the decision to accept such a risk insurance, the primary insurer has to take care of a host of reinsurance coverage in sufficient quantities, because otherwise it can not guarantee the fulfillment of commitments. During the negotiations with the potential reinsurer primary insurer tells him the details of the insured, the nature and degree of risk, the insurance period, the value of the insurance premium, as well as the amount of net retention. This type of reinsurance is called optional because the reinsurance contract is for each risk individually and in each case the reinsurer decides whether to take the risk to reinsurance or not and to what extent.

Therefore, when facultative reinsurance talking about specific facts of risk transfer to reinsurance, often exhausted other options to cover them. In such cases, rapid decision on the conclusion of the contract of reinsurance, as a primary insurer must respond promptly to requests from the insured and by the time of conclusion of direct insurance contract he should have adequate reinsurance cover. The most part of reinsurance contracts is obligatory only.

In practice, also found mixed (transitional) form of reinsurance contract - facultative obligatory, called the agreement "open cover". It gives the assignor freedom of decision making in which risks and to what extent they should be transferred to reinsurers. In turn, the reinsurer must accept cede share risks in pre-agreed conditions. Reinsurance payments under an open cover are determined on an individual basis by agreement or in proportion to the insurance payments.

The reinsurance is a constant, ongoing exchange risk premiums and, accordingly, the main purpose of which is an effort to create a balanced, sustainable own insurance portfolio. Without this process, which is global in

nature, it is impossible to provide a reliable insurance protection of large plants, giant, huge tankers, aircraft, space rockets, satellites and systems, as well as a large number of small enterprises and business projects of hazards (earthquakes, floods hurricanes, devastating fires and others.). At this point, almost every unprofitable situations that have occurred as a consequence of an insured event, involving the largest reinsurance companies.

The value of reinsurance in today's global insurance sector due to the following main functions:

- providing additional financial capacity (capital) for making a direct insurer of risks insurance;
- secondary redistribution accepted insurance risk (risks);
- to balance the performance of the insurer for each fiscal year;
- protection of the annual balance sheet of the insurer;
- participate in tax planning direct insurer;
- provision of conditions for the accumulation of assets of direct insurers;
- impact on the improvement in the solvency of the direct insurer;
- providing liquid assets for a quick settlement of losses directly by the insurer upon the occurrence of insurance claims to insured risks.

These basic functions of the reinsurance entity disclose its financial and stress secondary to direct insurance and direct the activities of the insurer. However, the reinsurance is a separate kind of business in the insurance industry, which is subject to independent legal regulation of relations between the insurer and reinsurer, independent legal regulation of reinsurers. Reinsurance contract is an independent contract, although it is clear that it can not be concluded in the absence of direct insurance contracts concluded by direct insurers, and its operations in insurance. Reinsurance as an independent self-service has a price, which is formed as a result of supply and demand for certain types of reinsurance services, depending on the shape and form of reinsurance.

Estimation of the total insurance premiums received global reinsurance market is rather difficult because reinsurance engaged as specialized professional reinsurance company, whose number in the world is not subject to a single account, and many insurers in addition to its core business of direct insurance.

The processes of globalization also have an impact on the global insurance and reinsurance markets. New economic conditions have led to an increase in businesses, which increasingly transcends national boundaries - are having the largest reinsurance groups such as Munich Re Group. Swiss Re Group, merge of big banks and insurance companies, more and more clearly manifest changes in the preferences used types and forms of reinsurance, as a result of changes quantitative characteristics of insurance risks accepted and global insurance operations. Insurers are increasingly interested in reinsurance, which among other things, can neutralize the negative effects of the PA's financial results assigns; there are new alternative insurance risk management, combining

insurance, reinsurance and capabilities with elements of the international stock market.[1]

Increasing reinsurance rates accompanied the process of changing the form of reinsurance. Common in the late 90s proportional reinsurance contracts applied on a background of reducing tariffs in the world reinsurance market. Changes in tariff policy has led to the need for an excess of loss contracts, the reinsurer pays only when the loss exceeds the threshold specified in advance while limiting the liability limit.

Due to problems on the western reinsurance market increases the activity of Eastern European and Baltic reinsurers, which are increasingly taking the Russian risks. The largest volume of Russian risk is in the Polish and Polish Re Latvian Riga Re. It is also interested in Russia at the Israeli, Turkish, Indian, Korean and Japanese reinsurance companies.

Despite the vital connection of the Russian reinsurance market to the world, and in many respects because of this, the dynamics of the Russian market significantly positive. The Russian market is relieved of many of the problems with which to contend counterparts in the West: there are no "asbestos" loss, ruining a large number of Western insurers, Russian insurers are not affected directly damages from the explosion of the World Trade Center and floods in Europe. The increased reinsurance rates, according to the magazine "Russian policy", more risks remain in Russia. And here it appears the biggest problem of the Russian reinsurance - low capitalization and, therefore, the small size of the risks assumed by their own hold.[2]

In the Russian reinsurance market are actively working as specialized reinsurance companies (more than 30), and universal insurance company. Among the most prominent insurers of "Ingosstrakh", ROSNO Insurance House VSK, "Megaruss", "Renaissance Insurance Group", "consent" .Liderom in the reinsurance market among universal insurance companies, according to the magazine "Russian policy" is "Ingosstrakh".

### References

1. Economic Library - <http://economy-lib.com/izmenenie-metodov-i-form-perestrahovaniya-v-usloviyah-globalizatsii-mirovogo-strahovogo-rynka#ixzz3hDCdwTXM>
2. Industry Reports RBC <http://marketing.rbc.ru/reviews/insurance/240304/7.shtml>

Y. Melnikova

**Analysis of reinsurance relations and experience of Russian companies in the reinsurance.**

**Abstract.** The article deals with the modern concept of reinsurance, represent the most essential functions of reinsurance relationships and types of reinsurance contracts. A list of Russian companies that came to the world market in reinsurance.

**Keywords.** Reinsurance contract, the risk, the insurer, reinsurance market.

УДК 338.516

Н.А. Муравьева, К.И. Колесов

Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева, Нижний Новгород, Россия

## АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ: ПЛАТА ЗА ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ПРИСОЕДИНЕНИЕ

**Аннотация.** В статье рассмотрено экономическое определение цены (платы) за технологическое присоединение к электрическим сетям методами бенчмаркинга и средних величин, и исследовано влияние данных методов на процесс монополизации рынка услуг территориальных сетевых организаций.

**Ключевые слова:** Технологическое присоединение, организация, унифицированные ставки, расчет, метод, плата.

В российском законодательстве в сфере электроэнергетики нет четкого определения понятия «технологическое присоединение». Вместе с тем, на основании ряда определений, предлагаемых существующими нормативными актами, можно сказать, что технологическое присоединение – это комплекс мероприятий, дающий возможность осуществить присоединение энергопринимающих устройств потребителей электрической энергии, объектов по производству электрической энергии, а также объектов электросетевого хозяйства, принадлежащих сетевым организациям и иным лицам к электрической сети.

Процедура технологического присоединения выполняется при присоединении впервые вводимых в эксплуатацию, ранее присоединенных реконструируемых энергопринимающих устройств, присоединенная мощность которых увеличивается, а также в случаях, при которых в отношении ранее присоединенных энергопринимающих устройств изменяются категория надежности электроснабжения, точки присоединения, виды производственной деятельности, не влекущие пересмотр величины присоединенной мощности, но изменяющие схему внешнего электроснабжения таких энергопринимающих устройств [4].

В настоящее время в Государственной Думе ФС РФ рассматривается законопроект «О внесении изменений в Федеральный закон «Об электроэнергетике» (в части установления стандартизированных ставок платы за технологическое присоединение к электрическим сетям). Ключевым моментом законопроекта является введением стандартизированных тарифных ставок, определяющие величину платы за

технологическое присоединение к электрическим сетям территориальных сетевых организаций единых для всех территориальных сетевых организаций на территории субъекта Российской Федерации.

Проводя исследования в этой области, было рассмотрено несколько возможных методов для расчета унифицированных тарифных ставок за технологическое присоединение к электрическим сетям, такие как метод бенчмаркинга и метод средних величин.

Применение данных методов к государственному регулированию платы за технологическое присоединение позволит установить на территории субъекта РФ унифицированные стандартизированные тарифные ставки для всех территориальных сетевых организаций на едином уровне. Этот подход приведет к снижению тарифов на технологическое присоединение, позволит убрать с рынка наиболее «дорогие» сетевые организации, приведет к капитализации активов у наиболее эффективных территориальных сетевых организаций, а также будет фактором, стимулирующим привлечение инвестиций в данную отрасль.

Порядок расчета направлен на повышение прозрачности уровня платы за технологическое присоединение, рассчитываемого сетевыми организациями для всех заявителей. Установление единых ставок на территории субъекта РФ позволит рассчитать плату, как для вновь образованных сетевых организаций, так и для сетевых организаций, осуществляющих технологическое присоединение не ежегодно.

Ранее такой механизм не применялся в системе регулирования.

По методу сравнения аналогов, цена определяется на уровне лучшего стандарта в отрасли и предполагает сравнение компаний друг с другом и поиск компаний (образца, аналога и т.п.) с оптимальным соотношением цены, качества и других параметров деятельности в рамках конкретной отрасли. В дальнейшем данная компания и ее показатели деятельности принимаются в виде стандарта для других регулируемых субъектов.

Особенностью метода является – исключение завышенных затрат сетевых компаний и определение обоснованности операционных затрат сетевых компаний, функционирующих в похожих условиях.

Для оценки лучшего стандарта в энергетической отрасли использовались следующие показатели:

- количество активов организации;
- стоимость обслуживания оборудования;
- полезный отпуск электроэнергии потребителям и смежным территориальным сетевым организациям в границах балансовой и эксплуатационной ответственности;
- общий объем присоединенной мощности потребителей электрической энергии;

- стоимость технологического присоединения, без учета расходов на строительство.

Выбор наилучшего варианта проводили методом ранжированием альтернатив и методом формирования комплексных показателей.

Для упрощения расчета унифицированных тарифных ставок при исследовании использовался метод средних величин. Смысл расчета заключается в усреднении предложенных вариантов ставок, а следовательно исключается необходимости проводить анализ финансово - хозяйственной организации и рассматривать перечень затрат, включаемых в размер ставки за технологическое присоединение.

Средняя величина отражает то общее, что характерно для всех единиц изучаемой совокупности. В то же время она уравнивает влияние всех факторов, действующих на величину признака отдельных единиц совокупности, как бы взаимно погашая их.

Метод средних величин имеет большое распространение в статистике.

Анализируя применение вышеназванных методов для расчета стоимости услуг по деятельности электросетевых организаций следует отметить плюсы и минусы этих методов для определения унифицированных тарифных ставок для расчета платы за технологическое присоединение к электрическим сетям.

Выбирая в качестве «золотого стандарта» одну компанию, удовлетворяющую нашим требованиям, и унифицируя ставки, мы исключаем возможности маркетингового манипулирования потребителем.

Как правило, новые технологии позволяют удешевить производство. Это справедливо и в отношении деятельности территориальных сетевых организаций. Использование новых материалов (например, кабелей, более устойчивых к воздействиям внешней среды), поиск технических решений поможет снизить потери в сетях, количество аварийных ситуаций (а значит и дорогостоящих ремонтов). Разумеется, проведение полноценных маркетинговых исследований, мониторинг рынка услуг и разработка собственных технологий требует достаточно крупных вложений. То есть организация должна быть не только динамично развивающейся и экономически устойчивой, но и иметь возможность инвестировать средства в НТП.

Применение унифицированных ставок позволит добросовестным компаниям увеличить свою конкурентоспособность, так как теперь критерием выбора будет служить уже не стоимость подключения, а качество предоставляемой услуги, гарантии и уровень надежности. Для ряда территориальных сетевых организаций невозможность удовлетворения финансовых запросов на осуществление технологического присоединения также может являться стимулом для поиска новых решений.

Согласно приказа ФСТ России от 11.09.12 №209-э/1 при расчете платы за технологическое присоединение с применением стандартизированных ставок используются расчетные показатели, в соответствии с техническими условиями, выданными заявителю [1]. Технологическое присоединение каждого конкретного заявителя зависит от схемы подключения к электрическим сетям и определяется индивидуально согласно Правилам технологического присоединения энергопринимающих устройств потребителей электрической энергии, объектов по производству электрической энергии, а также объектов электросетевого хозяйства, принадлежащих сетевым организациям и иным лицам, к электрическим сетям, утвержденным постановлением Правительства РФ от 27.12.2004 № 861 [2].

Установление унифицированных стандартизированных тарифных ставок для всех территориальных сетевых организаций на едином уровне на территории субъекта РФ имеет ряд недостатков. При расчете размера устанавливаемых тарифных ставок не учитываются параметры, такие как: объем присоединяемой мощности к сетям организаций, характеристики электросетевого хозяйства, организационная структура сетевых организаций, изменения рыночных условий и существующих технологий, итоги конкурсных закупок товаров, работ или услуг, ландшафтные особенности расположения сетей организаций, и т.п.

Законодательство Российской Федерации об электроэнергетике устанавливает процедуру технологического присоединения, которая в большинстве случаев не обходится без привлечения со стороны сетевой организации проектных институтов, подрядных организаций, специализированного оборудования и техники, и характеризуется затратами.

Таким образом, размер тарифных ставок на покрытие расходов на технологическое присоединение потребителей к электрическим сетям организаций не может быть унифицирован.

Существенной особенностью применения унифицированных ставок, в основе которых лежит выбор «золотого стандарта» и «среднего» может стать процесс монополизации рынка услуг территориальных сетевых организаций.

Затронутые в данной статье проблемы формирования государственной политики ценообразования чрезвычайно актуальны на сегодняшний день. Российская система ценового регулирования в электроэнергетике находится в состоянии постоянного развития. Выводы из проведенных исследований:

- необходимо формирование новых механизмов организации, «перестройка» (преобразование) работы организаций в энергетической отрасли, изменение их организационной структуры, повышение надежности и качества обслуживания, оптимизация работы организаций (как вновь образованных, так и существующих на территории субъекта РФ);

- повышение прозрачности расходов на технологическое присоединение, рассчитываемых сетевыми организациями для всех заявителей;

- в настоящее время ощущается недостаточное теоретическое обоснование принимаемых в отрасли решений (в частности, для повышения операционной и инвестиционной эффективности деятельности электросетевых организаций);

- существенно повысилась значимость создания конкурентоспособных, социально-ориентированных независимых компаний, имеющих позитивное влияние на финансовые результаты всей энергетической отрасли в регионе.

Политика ценообразования соприкасается с личной жизнью каждого человека ежедневно и проблемы, возникающие с общим ведением хозяйственной деятельности, так или иначе, сказывается на каждого из нас. От объективности и экономической эффективности государственной политики ценообразования зависит уровень жизнедеятельности населения страны в соответствии со стандартами экономической устойчивости в целом. Глобальные проблемы не могут быть решены без эффективной политики ценообразования.

Как отмечает Г.П.Кутовой, если государство, устанавливая те или иные цены, их завышает, то это лишает части прибыли пользователей (потребителей) этих услуг, что, очевидно, тормозит их развитие, и наоборот – если тарифы монополии занижены, то в этом случае монополия недополучает необходимую прибыль и стагнирует в своем развитии, ограничивая доступ к своим услугам или отказывая в их представлении другим потребителям, что уже является прямым ограничением в развитии потребителей во всех других сферах экономики. Как в первом случае, так и во втором, ошибки в ценообразовании на стоимость услуг естественных монополий обуславливают экономический ущерб для социально – экономического развития страны [3].

#### **Библиографический список**

1. Приказ ФСТ России от 11.09.2012 № 209-э/1 «Об утверждении Методических указаний по определению размера платы за технологическое присоединение к электрическим сетям».

2. Постановление Правительства РФ от 27.12.2004 № 861 «Об утверждении Правил недискриминационного доступа к услугам по передаче электрической энергии и оказания этих услуг, Правил недискриминационного доступа к услугам по оперативно-диспетчерскому управлению в электроэнергетике и оказания этих услуг, Правил недискриминационного доступа к услугам администратора торговой системы оптового рынка и оказания этих услуг и Правил технологического присоединения энергопринимающих устройств потребителей электрической энергии, объектов по производству электрической энергии, а также объектов электросетевого хозяйства, принадлежащих сетевым организациям и иным лицам, к электрическим сетям».



3. Кутовой Г.П. Регулирование доступа потребителей электроэнергии к электрическим сетям энергосистем как важнейший фактор экономической политики государства. // Экономика, инвестиции и рынки в электроэнергетике. Доклады юбилейной научно – практической конференции, посвященной 55-летию ИПК госслужбы. Т.2/ Под ред. Г.А. Салтанова, Г.П. Кругового, Н.С. Поповой. М.:ИПКгосслужбы, 2007.

4. Изотова А.В., Степаненко И.Г., Головкин М.С. Государственное ценовое регулирование рынков электрической энергии и мощности. Учебно – методическое пособие.– М.: АНО «Учебный центр НП «Совет рынка», 2013.

N. Murav'yeva, K. Kolesov

**Current issues of pricing in the electricity industry: payment for technological connection**

**Abstract.** In the article the economic definition of the prices (fees) for connection to electrical networks benchmarking methods and averages, and the influence of these methods in the process of monopolization of the market of services of territorial networks.

**Keywords:** Connection, the Organization, uniform rates, calculation method, the fee.

**УДК 338**

**А.М. Муся**

Санкт-Петербургский Государственный Университет  
аэрокосмического приборостроения, Санкт-Петербург, Россия

**СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОЕКТНОМУ УПРАВЛЕНИЮ В  
СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ**

**Аннотация:** В статье рассматриваются современные подходы и стандарты проектного управления, их взаимосвязь. Показано преимущество использования Agile-методологии применительно к проектам в сфере информационно-коммуникационных технологий.

**Ключевые слова:** управление проектами, качество, SCRUM, стандарты.

В период растущего спроса автоматизации современного бизнеса, роль проектной технологии в ИТ-индустрии значительно возросла. Основной особенностью ИТ-проектов является их динамическое преобразование в ходе своей реализации.

ИТ-проекты обычно являются высокорисковыми, вероятность изменений характеристик таких проектов высокая, при этом технологии

реализации таких проектов в настоящее время изучена недостаточно (например, по сравнению со строительством).

Поэтому управление ИТ-проектами – задача сложная и требует применения определенного инструментария – методологий управления проектами и технологических методологий. При этом управленческие и технологические методологии должны легко интегрироваться друг с другом.

Зачастую долгосрочный проект, связанный с разработкой программного обеспечения, разрастается до необъятных размеров, становится трудноуправляемым и сложнопрогнозируемым. Основная проблема состоит в том, что руководители начинают терять контроль над процессом и представление о качестве выпускаемого продукта. В тоже время при разработке нередко срываются графики и превышает бюджет, а созданное программное обеспечение не отвечает изначальным требованиям.

По статистике представленной аналитической компанией International Data Corporation (IDC), специализирующей на исследовании рынка информационных технологий, 53% от общего числа проектов характеризуются перерасходом средств более чем на 50%, а 68% проектов — перерасходом времени более чем на 50%. Свыше 31% проектов были прекращены до их завершения. Лишь 16% проектов были завершены в срок и в пределах запланированного бюджета, причем в крупных организациях доля таких проектов составляет только 9%. Качество программного обеспечения не удовлетворяет заказчиков. Более чем в 54% проектов не были реализованы даже 25% заявленных требований, в 32% проектов — 50% требований и только в 7,3% проектов реализованы все требования [10].

Нередко это обусловлено недостаточной прозрачностью, трассировкой, мониторингом и усугубляется неконтролируемыми изменениями.

Основное внимание данной статьи будет направлено на процесс управления содержанием в разрезе вносимых изменений при реализации проекта. Под содержанием проекта стоит понимать перечень работ, которые необходимо выполнить, чтобы получить продукт, услугу или результат с указанными характеристиками и функциями. А вносимые изменения в содержание – это перечень работ, который требует оценки для принятия решения о дальнейшем включении или исключении из содержания проекта, влияющий на структуру работ, бюджет или сроки проекта.

Изменения могут возникнуть либо как ответная реакция на проблемы или требования, появившиеся извне, например, изменения в законодательстве, либо как активность в процессе повышения эффективности и действенности, либо как деятельность по включению или отражению бизнес-инициатив, либо от программ, проектов или инициатив по повышению качества обслуживания. Управление изменениями может обеспечить стандартные методы, процессы и процедуры, используемые для всех изменений, содействующие эффективному и оперативному

обслуживанию всех изменений и поддержке надлежащего баланса между необходимостью изменений и их потенциальным вредным воздействием.

Согласно ГОСТ Р ИСО МЭК 20000 управление изменениями отвечает за управление процессом изменений, связанных с:

- Оборудованием;
- Коммуникационным оборудованием и программным обеспечением;
- Системным программным обеспечением;
- Всеми документами и процедурами, связанными с эксплуатацией, поддержкой и сопровождением работающих систем [2].

Внимание, уделяемое управлению изменениями, обусловлено также и требованиями п. 7.3.7 Межгосударственного стандарта ГОСТ ISO 9001-2011. Согласно ГОСТ ISO 9001-2011 изменения проекта должны быть идентифицированы, а записи должны поддерживаться в рабочем состоянии. Изменения должны быть проанализированы, верифицированы и валидированы соответствующим образом, а также одобрены до внесения. Кроме того, анализ изменений проекта должен включать в себя оценку влияния изменений на составные части и уже поставленную продукцию [1].

Изменения неизбежны во всех проектах. В сегодняшнем конкурентоспособном мире, где технология, состояние рынка, и деловые образцы непрерывно совершенствуются, появление изменений в процессе реализации проекта, скорее норма, чем исключение.

Проведем сравнительный анализ процесса управления содержанием в разрезе вносимых изменений при реализации проекта ведущих практик и стандартов в области управления проектной технологией.

Самым популярным на сегодняшний день сводом профессиональных знаний по управлению проектами является РМВОК (Project Management Body of Knowledge). Руководство РМВОК сосредотачивая в себе знания по управлению проектами, является Американским национальным стандартом.

Данный стандарт представляет собой скорее руководство, а не методологию. Для применения его структуры и рекомендаций могут использоваться различные методики и инструменты.

В настоящем стандарте описывается суть процессов управления проектами в терминах интеграции между процессами и взаимодействий между ними, а также цели, которым они служат. Эти процессы разделены на пять групп, которые называются «группы процессов управления проектом».

В стандарте в качестве процесса управления содержанием в разрезе вносимых изменений при реализации проекта можно рассмотреть в качестве повтора действий всей группы процессов планирования. Группа процессов планирования, согласно 4 версии РМВОК состоит из

процессов, осуществляемых для определения общего содержания работ, постановки и уточнения целей и разработки последовательности действий, требуемых для достижения данных целей. В процессах планирования разрабатываются план управления проектом и документация проекта, которые будут использованы для выполнения проекта. Комплексный характер управления проектами порождает цепочки обратной связи для дополнительного анализа. По мере поступления и осмысления большего объема информации или характеристик проекта может потребоваться дополнительное планирование. Значительные изменения, происходящие на протяжении жизненного цикла проекта, приводят к необходимости вновь вернуться к одному или нескольким процессам планирования, а, возможно, и к процессам инициации. Эта последовательная детализация плана управления проектом часто называется «планированием набегающей волной» («rolling wave planning»), что указывает на то, что планирование и документирование – повторяющиеся и постоянно совершенствующие процессы [5].

В общем виде управление содержанием проекта включает в себя процессы, обеспечивающие включение в проект тех и только тех работ, которые необходимы для успешного выполнения проекта. Управление содержанием проекта непосредственно связано с определением и контролем того, что включено и что не включено в проект.

Таким образом, Руководство к своду знаний по управлению проектами РМВОК рассматривает внесение изменений в ходе реализации проекта в рамках двух групп процессов из входящих в него пяти. Это группа процессов планирования и группа процессов мониторинга и управления. При этом Руководство определяет понятия, используемые в проектной технологии, обозначает входы и выходы процессов, описывает суть процессов управления проектами в терминах интеграции между процессами и взаимодействий между ними, а также цели, которым они служат. Но при всем многообразии РМВОК обладает рядом недостатков. Так, например, повторяемость некоторых блоков создает избыточность Руководства, что затрудняет ознакомление с ним и дальнейшее применение. Также РМВОК нельзя рассматривать, как методологию по управлению проектами, так как он содержит лишь общее руководство по управлению проектами.

Учитывая растущие требования к ускорению и удешевлению результатов ведения бизнеса, был разработан новый стандарт ISO, основанный на передовой практике управления проектами, который позволит повысить эффективность и максимизировать результаты инвестиций в проектную технологию.

ISO 21500-2012 «Руководство по управлению проектами» может применяться в организации любого типа, включая государственные,

частные или общественные для проектов любого типа, независимо от их сложности, размера и длительности.

В российском гражданском законодательстве действует паритет международных договоров над местным правом. Так 01.09.2012 года на пресс-конференции Росстандарт обозначил стандарт ISO 21500-2012, как «Национальный стандарт». Именно поэтому, согласно п.2 Статье 7 Гражданского Кодекса Российской Федерации<sup>1</sup> Росстандарт ввел его в действие на территории России как главный стандарт. ГОСТ 21500-2012 стал лишь подчиненным к ISO 21500-2012 и при всех разночтениях должен применяться ISO 21500-2012, так как отечественное законодательство отдает приоритет международным соглашениям в таких ситуациях. Причем ISO 21500-2012 стал стоять выше не только ГОСТов, но и РМВОК и любого другого стандарта в России в области управления проектами.

Основой нового международного стандарта ISO 21500-2012 стало Руководство РМВОК. Именно поэтому схожесть классификаторов процессов и терминологии очевидна. Из 42 процессов, описанных в РМВОК, имеют идентичный аналог 40 процессов в ISO 21500-2012. При этом в ISO 21500-2012 только 4 процесса раскрыты иначе: извлечение уроков, определение оргструктуры, управление коммуникациями и управление ресурсами.

Целью управления изменениями в ISO 21500-2012 является управление всеми изменениями в проекте и в его результатах для формального принятия или отклонения этих изменений перед их последующим внедрением.

На протяжении всего проекта, ISO 21500-2012 рекомендует регистрировать запросы на изменения в журнале изменений, оценивать их с точки зрения получаемой выгоды, содержания, ресурсов, сроков, стоимости, качества и рисков, оценивать их угрозы и выгоды для проекта и получить одобрение до начала их реализации (Рисунок 1). Запрос на изменение может быть изменен или даже отменен в зависимости от оценки его воздействия на проект. Как только изменение утверждено, решение должно быть доведено до соответствующих заинтересованных сторон для реализации изменения, включая, при необходимости, обновление проектной документации. Изменения в результатах проекта должны контролироваться с помощью процедур, таких как управление конфигурацией [4].

---

<sup>1</sup> п.2 Статьи 7 ГК РФ: «Если международным договором Российской Федерации установлены иные правила, чем те, которые предусмотрены гражданским законодательством, применяются правила международного договора»

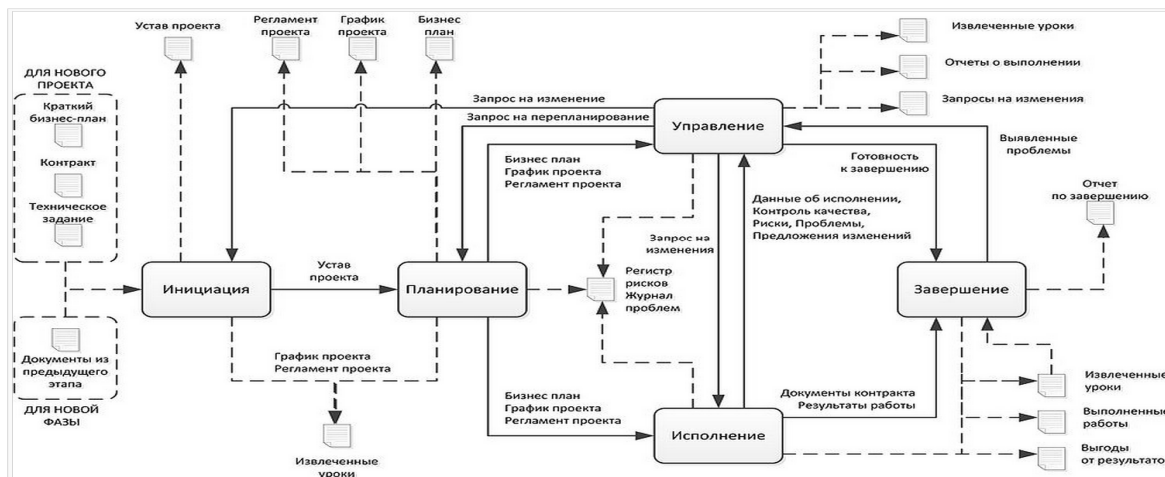


Рисунок 1. Взаимодействие групп процессов с указанием основных входов и выходов согласно ISO 21500-2012

Агентство «Гартнер Групп» утверждает, что к концу 2012 года до 80% ИТ-проектов будет вестись именно по гибкой методике. Исследование PMI показывает, что применение гибких методологий за 3 года с декабря 2008 года по декабрь 2011 года возросло в 3 раза. Более того, исследование показывает, что гибкие подходы помогают снизить количество дефектов продукта, повысить производительность команды и бизнес-ценность [10].

Существуют методологии, которые придерживаются ценностей и принципов, заявленных в Agile Manifesto. Одной из наиболее распространенных является методология разработки SCRUM, которую, пожалуй, можно считать набором конкретных практик, используемых в процессе разработки ПО.

Термин SCRUM ассимилирован в русский язык без перевода. Scrum (в переводе с англ. «митинг», «схватка», «драка») чётко делает акцент на качественном контроле процесса разработки.

Scrum – это набор принципов, на которых строится процесс разработки, позволяющий в жёстко фиксированные небольшие промежутки времени (спринты от 2 до 4 недель) предоставлять конечному пользователю результат проекта с добавленными возможностями, для которых определён наибольший приоритет. Требуемый к реализации функционал в очередном спринте определяется до его начала на этапе планирования и не может изменяться на всём протяжении спринта. При этом строго фиксированная небольшая длительность спринта придаёт процессу реализации проекта предсказуемость и гибкость.

Scrum является одним из наиболее общераспространённых «последователей» гибкой методологии разработки. Данный подход впервые описали специалисты Хиротака Такеути и Икудзиро Нонака в 1986 г. Они отметили, что проекты, над которыми работают небольшие,

кроссфункциональные команды<sup>1</sup>, обычно систематически производят лучшие результаты, и объяснили это как «подход регби» [9].

Одной из важных особенностей Scrum является использование ограниченных по времени итераций. Длину итераций команда проекта выбирает любую, однако главная идея состоит в том, чтобы сохранить эту длину неизменной на протяжении определенного периода времени, тем самым задав ритм (cadence). Использование итераций и дальнейшей ретроспективы может служить инструментом управления возникающими изменениями в процессе реализации проекта.

Сфера предоставления ИТ-услуг в соответствии с требованиями бизнеса предполагает наличие системы и методологии внутреннего контроля. Система контроля COBIT отвечает этим потребностям, поскольку:

- связана с требованиями бизнеса;
- организует виды ИТ деятельности в виде понятной процессной модели;
- определяет основные ресурсы ИТ, на которые должны осуществляться воздействия;
- определяет цели контроля.

Бизнес ориентация COBIT состоит во взаимосвязи целей бизнеса и ИТ, выявлении показателей и моделей зрелости для оценки достижений, определении соответствующих видов ответственности владельцев бизнеса и ИТ процессов. Ориентированный на процессный подход, COBIT подразделяется на 34 отдельных ИТ процесса в четыре группы (домена), упорядочивающей ответственности в области планирования, построения, исполнения и контроля, обеспечивающей комплексное видение ИТ в целом.

В COBIT установлены цели и показатели ИТ процессов, необходимые для определения и оценки их результатов и эффективности, которые основаны на принципах системы сбалансированных бизнес показателей (Balanced Scorecard, BSC), предложенные Робертом Капланом и Дэвидом Нортон.

В части проектной технологии COBIT рассматривает методологию управления всеми ИТ проектами. Методология обеспечивает координацию между отдельными проектами в соответствии с приоритетами и включает в себя:

- план;
- оценку ресурсов;
- определение результатов;
- согласование со стороны пользователей;
- план предоставления результатов по этапам;

---

<sup>1</sup> Кроссфункциональная команда – это команда, состоящая из людей с различными навыками – разработчики, аналитики, тестировщики. Нет заранее определенных и поделенных ролей в команде, ограничивающих область действий членов команды.

- управление качеством;
- формализованный план тестирования;
- обзор результата тестирования;
- анализ результатов проекта после внедрения.

По мнению разработчиков COBIT данный подход ведет к минимизации риска непредвиденных затрат и приостановок реализаций проекта, улучшает взаимодействие бизнеса и конечных пользователей, обеспечивает качественный результат проекта и повышает их вклад в инвестиционные программы, связанные с ИТ-бизнесом.

COBIT определяет требования к процессу управления проектами. В частности в рамках управления изменениями, которые происходят при реализации проекта, COBIT рекомендует разработать систему контроля над внесением изменений для каждого проекта, чтобы все изменения, касающиеся основ проекта (стоимости, графика, масштабов и качества) были изучены, утверждены и включены в интегрированный план проекта в соответствии с методологией управления проектом [6].

Более детально процесс управления изменениями описан в первой и второй части ГОСТ Р ИСО/ МЭК 20000.

ГОСТ Р ИСО/ МЭК 20000-1 представляет собой подробное описание требований к системе менеджмента ИТ сервисов и ответственность за инициирование, выполнение и поддержку в организациях. Эта часть состоит из 10 разделов, 13 процессов, собранных в пять ключевых групп. В рамках представленной статьи будет рассмотрен процесс контроля (Control processes): в данном разделе рассматриваются процессы управления изменениями и конфигурациями.

Стандарт рекомендует осуществлять контролируемые оценки, утверждения, внедрения и обзор изменений. При этом все запросы на изменения должны быть записаны и классифицированы (срочные, значительные, неосуществимые). Отличительной особенностью ГОСТ Р ИСО/ МЭК 20000-1 является то, что он предлагает производить оценку рисков, влияния вносимого изменения на проект и на ИТ-бизнес в целом, чего не было предложено ни в одном из рассмотренных ранее стандартов и лучших практик.

Еще одной отличительной особенностью процесса управления изменениями согласно ГОСТ Р ИСО/ МЭК 20000-1 является осуществление возможности включать в себя способ отмены или исправления изменения в случае неудачи [2].

Изменения должны утверждаться, затем проверяться, а уже затем внедряться контролируемым способом. Для всех изменений должен производиться обзор успешности внедрения, а также любых предпринятых после внедрения действий.



Должны применяться политики и процедуры контроля авторизации и внедрения срочных изменений. Запланированные сроки внедрения изменений должны использоваться как основа для планирования изменений и релизов. График, содержащий информацию обо всех изменениях, утвержденных к внедрению, и информацию о предполагаемых сроках их внедрения, должен поддерживаться и коммуницироваться заинтересованным сторонам.

Записи об изменениях должны регулярно анализироваться для обнаружения возрастания количества изменений, часто повторяющихся типов, намечающихся тенденций и другой значимой информации.

Результаты и выводы анализа изменений должны быть записаны.

Действия по улучшению, выявленные в рамках этого процесса, должны быть записаны и использоваться в качестве входных данных для плана улучшения услуг.

Гарантировать, что все изменения оценены, утверждены, осуществлены и проанализированы посредством реализации методов и процедур, обеспечивающих их своевременную, результативную и эффективную обработку [3].

Проведенный анализ лучших практик и стандартов в области управления содержанием в части внесения изменений в период реализации проекта показал необходимость группировки накопленного опыта управления проектами и оформлении общей методологии управления изменениями в рамках реализации проекта.

#### Библиографический список

1. ГОСТ ISO 9001-2011. Системы менеджмента качества. Требования. — Введ. 13-01-01. — М. : Стандартинформ, 2012. — 78 с.
2. ГОСТ Р ИСО/МЭК 20000-1-2013. Информационная технология. Управление услугами. Часть 1. Требования к системе управления услугами.— Введ. 2015-01-01. — М. : Стандартинформ, 2014. — 28 с.
3. Антохина Ю.А., Варжапетян А.Г., Оводенко А.А., Семенова Е.Г. Управление результативностью и качеством проектов: монография. -СПб.: Политехника, ГУАП, 2013. -330 с
4. Семенова Е.Г., Шишлаков В.Ф., Фролова Е.А. Направления сетевого взаимодействия при подготовке кадров для инновационной экономики//Вопросы радиоэлектроники. 2014. Т. 1. № 1. С. 158-165. ISO 21500-20
5. Руководство к своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК)/ 4 изд., Project Management Institute, Inc., 2008. – С. 463.
6. CobIT 4.1. — USA : The IT Governance Institute Rо, 2007. — 197 p. —
7. ISBN: 1933284722.
8. Thomas D., Hansonn D. H. Agile Web Development with Rails, 2007. – С. 142.
9. Cohn M. Succeeding with Agile: Software Development Using Scrum. М.: Вильямс, 2011. – С. 576.

10. Фролова Е.А., Смирнова М.С., Семенова Е.Г. Направления интеграционной и сетевой подготовки кадров для инновационной экономики//Инновации. 2014. № 1 (183). С. 19-22.
11. A Guide to the Scrum Body of Knowledge (SBOK™ Guide) – 2013 edition, 2013. – С. 323.
12. Антохина Ю.А., Варжапетян А.Г., Тисенко В.Н. Новый метод оценивания качества проектов технического университета//Экономика и управление. № 1. 2012. С. 58-61.
13. Степанов, А.Г. Сравнительный анализ требований к выпускным квалификационным работам в высшем образовании/А.Г. Степанов, Е.Г. Семенова, Е.А. Фролова//Актуальные проблемы экономики и управления. 2014. №4(4). С. 132-141.
14. Анцев Г.В., Балашов В.М., Карпова И.Р., Семенова Е.Г. Подготовка специалистов высшей квалификации для предприятий радиопромышленности // Радиопромышленность. 2012. № 4. С. 55-64.

AM Musya

**Modern approaches to project management in the field of information and communication technologies**

**Abstract:** In the article the modern approaches and standards of project management, their relationship. The advantage of using Agile-methodology applied to projects in the field of information and communication technologies.

**Keywords:** project management, quality, SCRUM, standards.

**УДК 616.899**

**Е.П. Онокало**

Финансовый университет при Правительстве РФ, Владимир, Россия

**РОЛЬ МИКРОФИНАНСИРОВАНИЯ В РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМЫ  
ДОСТУПНОСТИ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ**

**Аннотация.** В статье затрагиваются вопросы явления микрофинансирования на территории Российской Федерации и социальная роль микрофинансирования на сегодняшний день.

**Ключевые слова:** микрофинансирование, микрофинансовая деятельность, микрофинансовые организации.

Термин «микрофинансирование» в России появился недавно. В 2010 году был утверждён федеральный закон «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях»<sup>1</sup>, отвечающий на многие вопросы.

<sup>1</sup>Федеральный закон от 2 июля 2010 г. N 151-ФЗ "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях" (с изменениями и дополнениями) // "Российская газета" от 7

В соответствии со статьёй 2 данного закона под **микрофинансовой организацией** понимается «юридическое лицо, зарегистрированное в форме фонда, автономной некоммерческой организации, учреждения (за исключением бюджетного учреждения), некоммерческого партнерства, хозяйственного общества или товарищества, осуществляющее микрофинансовую деятельность и внесенное в государственный реестр микрофинансовых организаций»<sup>1</sup>.

Организация Объединённых Наций даёт следующее определение микрофинансовой организации – это организация, которая предлагает свои финансовые услуги предприятиям малого бизнеса и населению, которые имеют невысокие доходы и не имеют доступа к банковскому кредиту.

Цели микрофинансирования:

*Экономические цели*

- Обеспечение доступности рабочего капитала для начинающих предпринимателей (start-up);
- Содействие ускоренному развитию малого бизнеса;
- Выравнивание диспропорций регионального развития;
- Декриминализация малого бизнеса путем сокращения доли ростовщического и теневого финансирования начинающих предпринимателей.

*Социальные цели*

- Борьба с безработицей и бедностью;
- Интеграция социально незащищенных слоев населения в полноценную жизнь – мигранты, бывшие военнослужащие, матери-одиночки, пенсионеры, молодежь;
- Повышение уровня социально-экономической и гражданской активности населения.

На современном этапе под микрофинансированием можно понимать процедуру предоставления микрофинансовых услуг малому бизнесу и малообеспеченному населению.

Микрофинансирование представляет собой гибкую форму классического банковского кредита, позволяющего беспрепятственно начать бизнес без наличия стартового капитала и кредитной истории, а также способствует решению как минимум трех задач:

- увеличение количества предпринимателей без образования юридического лица;
- рост налоговых поступлений;

---

июля 2010 г. N 147, Собрание законодательства Российской Федерации от 5 июля 2010 г. N 27 ст. 3435, "Парламентская газета" от 9 июля 2010 г. N 36 (с изм. Федеральным законом от 28 июня 2014 г. N 189-ФЗ от 1 марта 2015 г.)

<sup>1</sup>Там же

- наличие кредитной истории для дальнейшего развития субъектов МП через банковский сектор.

В условиях к переходу к рынку структура банковской системы в России была не способна обеспечить развивающийся малый бизнес кредитными ресурсами.

Несовершенство рынка финансовых услуг и неразвитый рыночный механизм оказался не способным реализовать потенциальные улучшения. Для решения указанных проблем стали создаваться некоммерческие объединения малых форм хозяйствования. Такой формой обеспечения предприятий малого бизнеса денежными ресурсами выступила система микрофинансирования.

Экономическое развитие предпринимательства, малого и среднего бизнеса, малых форм хозяйствования способствует повышению уровня жизни населения и преодолению безработицы. Численность индивидуальных предпринимателей в 2013 г., по данным Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, составила более 20 млн. предпринимателей,

В первом полугодии 2014 г. число малых предприятий в России составило 235,5 тыс.<sup>1</sup>

В промышленно развитых странах, а также в странах с неустойчивой экономикой микрофинансирование выполняет важнейшие внутриполитические и социальные задачи. В России этот процесс начался в конце 90-х гг. и до сих пор еще не достиг запланированной «производственной мощности». Несмотря на это, микрофинансирование уже стало важным социальным институтом и заняло свое место в структуре социума. Важной характеристикой масштаба рынка является показатель охвата клиентов. По экспертным оценкам, сделанным на основании результатов исследований последних лет, клиентская база микрофинансовых институтов оценивается в 160-180 тыс. получателей займов<sup>2</sup>. Каждый год объем микрофинансирования в России удваивается, и если судить по опыту других стран, которые начали эти проекты раньше, динамика роста микрофинансирования положительная и в долгосрочной перспективе.

На сегодняшний день в России существует огромное число потенциальных потребителей микрокредитов. Это предприниматели с невысоким доходом (в большинстве владельцы микро-предприятий и индивидуальные предприниматели, действующие без образования юридического лица, беднейшее, но экономически активное население, имеющее предпринимательский потенциал (часть безработных и лиц, имеющих низкооплачиваемую работу). Эти лица, не имеющие доступа к

<sup>1</sup> [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform/#)

<sup>2</sup> <http://www.rmcenter.ru>

банковским услугам, но имеющие желание начать свое дело, либо уже занимающиеся предпринимательством, имеют возможность получить **доступ к финансовым ресурсам** через систему микрофинансовых организаций. Таким образом, микрофинансирование является реальным механизмом формирования прослойки малого и среднего предпринимательства, а в конечном итоге и среднего класса в целом.

Развитие малого и среднего бизнеса, фермерских хозяйств в большой степени зависит от их обеспеченности краткосрочными и долгосрочными финансовыми ресурсами. Микрофинансирование как раз и является специфической формой обеспечения бизнеса краткосрочными финансовыми ресурсами.

Микрофинансирование отличается от традиционного кредитования следующими факторами: количественная сторона - величина займа; субъект – это целевые группы потребителей; методы и технологии кредитования; цели кредитования; источник платы за использование ресурсов – как правило, доход от хозяйственной деятельности.

По оценке Банка России, около 60 млн. граждан России фактически не имеют доступа к банковским услугам, на 100 тыс. россиян приходится всего 11 банковских офисов, в то время как в странах Евросоюза этот показатель достигает 50–60 банковских подразделений.

Существует общее понятие, которое определяет микрофинансирование как деятельность по предоставлению займов субъектам малого предпринимательства, в том числе и индивидуальным предпринимателям, которые не имеют доступа к банковским услугам, не имеют достаточного залогового обеспечения и соответствующей кредитной истории.

Микрофинансирование стимулирует население **к открытию собственного дела**, что не только снижает социальные обязательства бюджета, но и увеличивает налоговые поступления от частного бизнеса и субъектов финансового рынка.

Еще одним системным эффектом микрофинансирования является **снижение уровня теневого и ростовщического капитала в секторе малого бизнеса**, содействие повышению прозрачности и формированию кредитной истории у субъектов предпринимательства, что по мере роста размеров бизнеса упрощает привлечение финансирования на фондовом рынке и долгосрочных кредитов в банках.

Развитие институтов и программ микрофинансирования имеет **важное значение для формирования среднего класса**, создания условий для развития начинающих предпринимателей и дальнейшего роста уже существующих микропредприятий.

Итак, микрофинансирование – это вид деятельности, связанный с оказанием финансовых услуг, как правило, начинающим субъектам

малого предпринимательства и является эффективным инструментом в достижении более свободного доступа малых предприятий к источникам финансирования и, что особенно важно, позволяет многим стартовым предприятиям начать с нуля свой собственный бизнес.

Процесс микрофинансирования в Российской Федерации увеличивает свои обороты и получает все большее распространения на финансовом рынке. Данный рынок в России начал только развиваться, в то время как в странах Западной Европы зарекомендовал себя с положительной стороны и пользуется высокой популярностью у населения.

#### Библиографический список

1. Федеральный закон от 2 июля 2010 г. N 151-ФЗ "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях" (с изменениями и дополнениями) // "Российская газета" от 7 июля 2010 г. N 147, Собрание законодательства Российской Федерации от 5 июля 2010 г. N 27 ст. 3435, "Парламентская газета" от 9 июля 2010 г. N 36 (с изм. Федеральным законом от 28 июня 2014 г. N 189-ФЗ от 1 марта 2015 г.)
2. С.В. Криворучко, М.А. Абрамова, М.В. Мамута, О.С. Тенетник, И.Е. Шакер «Микрофинансирование в России», Москва, 2013 г.
3. Гладкова В.Е. Рынок микрофинансирования – существующее состояние и современные проблемы // Путеводитель предпринимателя. Научно-практическое издание: Сб. науч. трудов. Вып. XVII. – М.: РАП; АП «Наука и образование», 2013 г. – 147 с.
4. <http://www.rmcenter.ru>
5. [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform/#)

УДК 332.146:330.322

Е.А. Федулова, Н. С. Ощепкова

Кемеровский Государственный Университет, Кемерово, Россия

## ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ

**Аннотация.** Применен метод ССП для оценки результативности реализации региональных инвестиционных стратегий на примере регионов Сибирского Федерального округа. Стратегии оценены с помощью метода многомерной средней по трем перспективам: Финансы, общество и клиенты.

**Ключевые слова:** инвестиционная стратегия, система сбалансированных показателей, результативность.

В последнее время все больше внимания уделяется инвестиционному стратегированию. Методический инструментарий оценки инвестиционных стратегий регионов на данный момент представляет собой неупорядоченное накопление различных методов, ориентированных как на точность оценки, так и на быстроту получения результатов, применяемых для оценивания стратегии в ходе ее реализации.

Весьма широкое применение в ходе реализации инвестиционной стратегии получил метод ССП. С его помощью так же можно оценить результативность реализации региональных инвестиционных стратегий.

Классическим инструментом практической реализации стратегий является система сбалансированных показателей (ССП). Изначально ССП разработана для применения коммерческими организациями, но она имеет потенциал гибкости и трансформации, позволяющий использовать ССП в управлении, не ориентированном на финансовый результат как конечную цель. В частности, для некоммерческих организаций разработана и применяется оригинальная форма стратегической карты, где две нижележащие перспективы – внутренние процессы, обучение и рост – идентичны таковым в классическом варианте ССП, а клиентская перспектива помещена на один уровень с фидуциарной, характеризующей то, как объект управления выглядит в глазах налогоплательщиков и спонсоров [1]. Органы государственного управления ряда стран также располагают определенным опытом использования ССП.

Для стратегических перспектив, авторами предлагается выделить пять составляющих: общество, финансы, клиенты, внутренние процессы, обучение и рост (рисунок 1) [2, с.81].

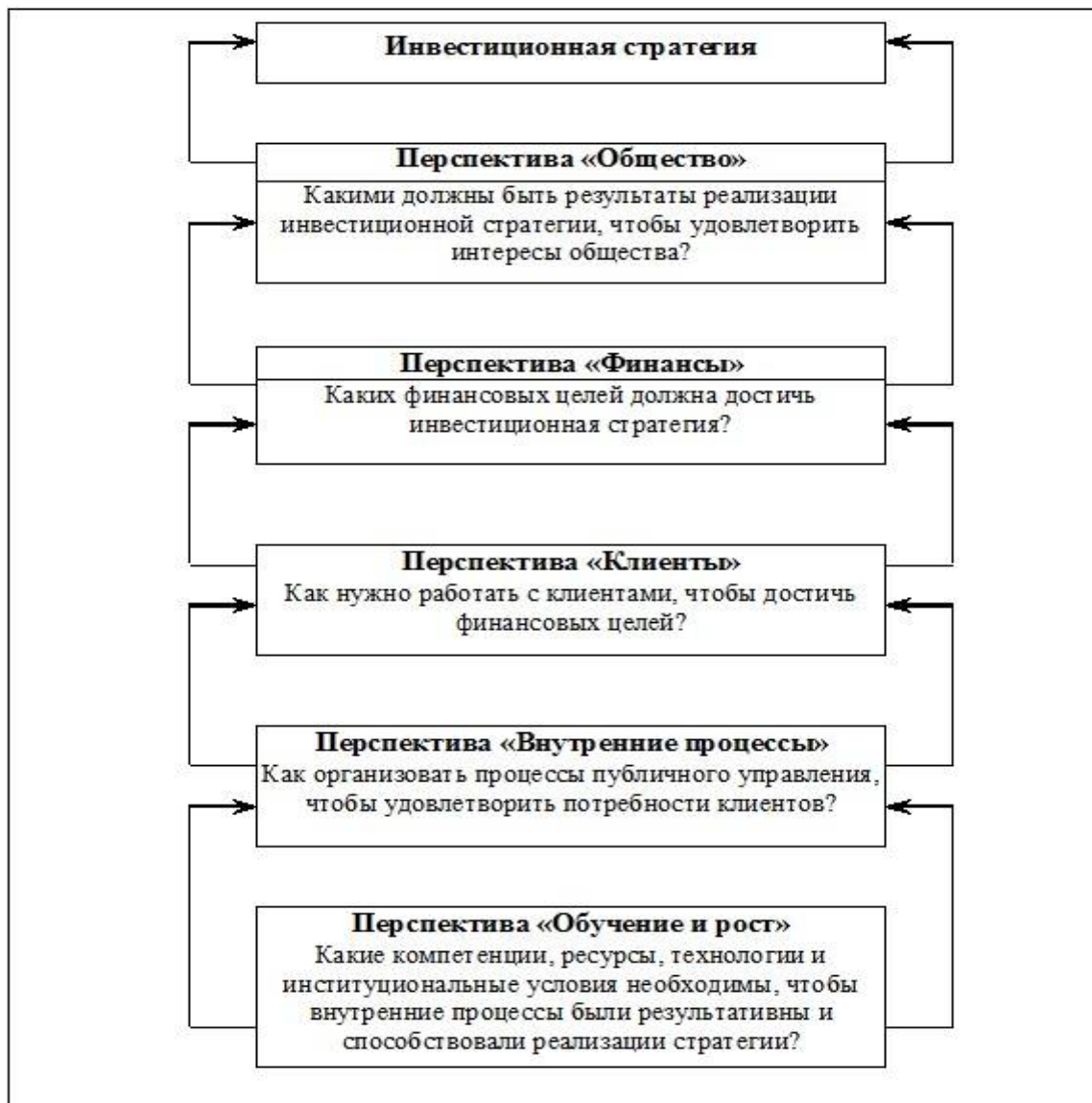


Рисунок 1 – Перспективы ССП для оценки результативности реализации региональных инвестиционных стратегий

Это объясняется устоявшимся составом перспектив классической ССП, которые не следует исключать или дифференцировать без серьезной необходимости, а также сутью публичного управления, ориентированного на общественные интересы. Пятый уровень перспектив ССП характеризует подчинение инвестиционной стратегии интересам публичной системы.

В методологии ССП каждый показатель признается самостоятельным важным элементом реализации стратегии синтетической, интегральной оценки степени реализуемости стратегических целей. Однако необходимость сопоставления регионов с точки зрения степени



реализации инвестиционной стратегии требует получения некоторых обобщенных показателей. В работе предлагается сравнение реализуемости инвестиционных стратегий регионов Сибирского федерального округа (СФО) на основе показателей перспектив «общество», «финансы» и «клиенты», что шире, чем в предыдущей совместной работе авторов [3, с. 254], где показатели перспективы «клиенты» не вошли в анализ.

Для оценки результативности реализации региональной инвестиционных стратегий нескольких субъектов (используется для сравнительного анализа) необходимы универсальные показатели. Так как выбор этих показателей достаточно широк, он обуславливается в основном их доступностью - наличием в базе Росстата.

В данном исследовании региональная инвестиционная стратегия будет оцениваться по следующим показателям:

*Перспектива «Общество»:*

- инвестиции в основной капитал на душу населения;
- индекс физического объема инвестиций в основной капитал;
- инвестиции в основной капитал в фактических ценах.

*Перспектива «Финансы»:*

- доля иностранных инвестиций;
- валовое накопление основного капитала.
- ввод в действие общеобразовательных учреждений;
- ввод в действие дошкольных учреждений;
- ввод в действие мощностей больничных организаций;
- ввод в действие амбулаторно-поликлинических организаций.

*Перспектива «Клиенты»:*

- внутренние затраты на научные исследования и разработки;
- выдача патентов;
- объем инновационных товаров, работ, услуг;
- число пунктов коллективного доступа (ПКД), имеющих выход в сеть интернет;
- плотность железнодорожных путей, км путей на 10000 км<sup>2</sup> территории;
- грузооборот автомобильного транспорта организаций всех видов деятельности;
- плотность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием;
- число зарегистрированных преступлений на 100 000 человек населения;
- мощность электростанций;
- объем услуг связи, оказанных населению.

Данные показателей соответствуют их состоянию на 2013 год, за исключением валового накопления основного капитала (за 2012 г.), что

обуславливается необходимостью включения данного показателя в оценку, но отсутствием данных по нему за 2013 год. Так же стоит отметить что рассматриваемые показатели составляют не полный возможный список, их количество достаточно велико и в данном исследовании будут рассматриваться только основные.

Результаты анализа по показателям представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Основные характеристики сравнительного анализа по показателям в регионах Сибирского Федерального округа [4]

	Максимальное значение показателя по всем регионам	Минимальное значение показателя по всем регионам	Средняя величина показателя по всем регионам	Размах вариации показателя среди всех регионов	Медиана показателя
1	2	3	4	5	6
Доля иностранных инвестиций, (процентов)	33,08	0,05	13,71	33,03	13,72
Валовое накопление основного капитала, (млн руб), 2012г	413000,2	10915,3	126932,21	402084,9	97227,85
Инвестиции в основной капитал на душу населения, (руб)	129594	38807	64440,50	90787	56374,5
Индекс физического объема инвестиций в основной капитал, (процентов)	113,2	74,4	92,17	38,8	92,7
Инвестиции в основной капитал в фактических ценах, (млн руб.)	369298	11749	114808,08	357549	97483
Ввод в действие общеобразовательных учреждений, (ученических мест)	2164	46	665,67	2118	440
Ввод в действие дошкольных учреждений, (мест)	4152	120	1101,08	4032	586,5
Ввод в действие мощностей больничных организаций, (коек)	245	0	92,08	245	47,5
Ввод в действие амбулаторно-поликлинических организаций, (посещений в смену)	570	0	156,08	570	39,5

Продолжение таблицы 1:

1	2	3	4	5	6
Внутренние затраты на научные исследования и разработки, (миллионов рублей)	16358,9	70,2	3972,20	16288,7	1340,85
Выдача патентов, (единиц)	659	3	244,75	656	250,5
Объем инновационных товаров, работ, услуг, (млн. рублей)	53874,8	0	12613,55	53874,8	6475
Число пунктов коллективного доступа (ПКД), имеющих выход в сеть Интернет, (единиц)	1902	42	361,67	1860	230
Плотность железнодорожных путей, (км путей на 10000 км <sup>2</sup> территории)	176	0	54,25	176	44
Грузооборот автомобильного транспорта организаций всех видов деятельности, (млн. т-км)	3447	60	1504,75	3387	1414
Плотность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием, (км путей на 10000 км <sup>2</sup> территории)	228	11	71,42	217	39
Число зарегистрированных преступлений, (на 100 000 человек населения)	3203	1472	2131,17	1731	2020
Мощность электростанций, (миллионов киловатт)	16,5	0,01	4,40	16,49	1,6
Объем услуг связи, оказанных населению, на одного жителя (в фактически действовавших ценах; рублей)	5836,6	777,4	4411,83	5059,2	4573,25

Отметим также такой показатель как число зарегистрированных преступлений. В отличие от остальных, его рост показывает не положительную, а отрицательную динамику. В расчетах его значения следует брать умноженными на -1. Так же его максимальное значение среди всех регионов является отрицательным фактом, а минимальное – наоборот, положительным.

В рассматриваемом 2013 году наибольшее количество максимальных показателей принадлежит Красноярскому краю (9). Подобного количества нет больше ни у одного региона СФО. На втором месте по количеству максимумов стоит Новосибирская область – их 4. Остальные регионы не могут похвастаться таким результатом – у них 1 или 0 максимумов. Конечно, оценка результативности реализации региональных инвестиционных стратегий не может оцениваться по количеству максимумов и минимумов, т.к. они сильно зависят от объема территории и населения, но такое явное выделение Красноярского края является все же существенным признаком.

По количеству минимумов лидирует Республика Алтай (7). С учетом того, что их количество в других регионах не превышает значения 2, можно говорить о вынесении Республики Алтай в явные аутсайдеры.

Стоит заметить, что как в Красноярском крае, так и в Республике Алтай, помимо минимальных значений, в сравнении по регионам, присутствуют и максимальные. Так многие регионы, лидирующие по одним показателям, существенно отстают по другим. Поэтому для более объективной оценки следует учитывать сразу все показатели по регионам.

Одним из способов оценить регион по всем показателям является метод многомерной средней. Результаты расчета всех показателей результативности реализации инвестиционной стратегии показаны на рисунке 2.

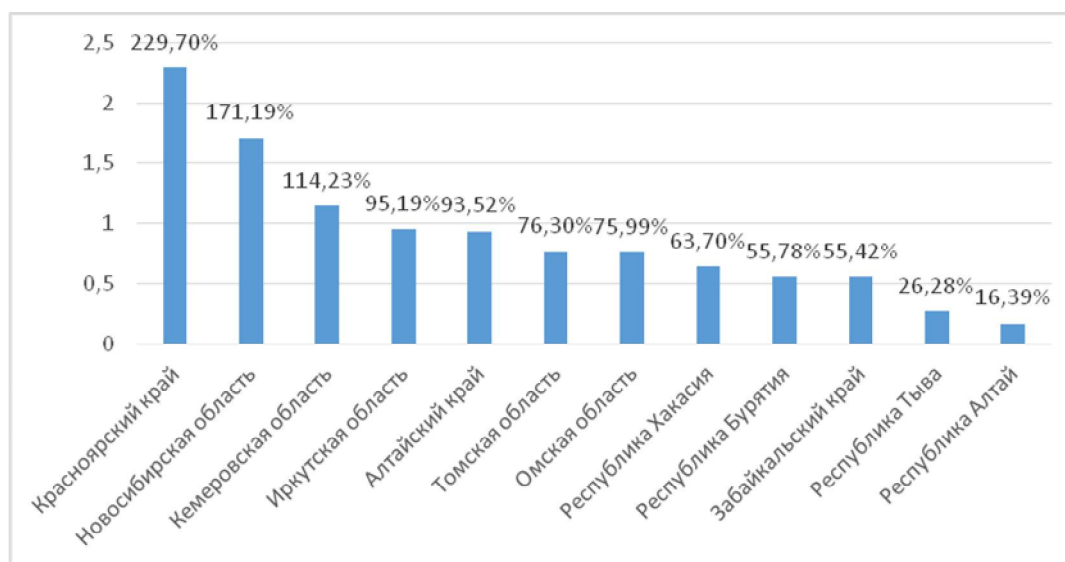


Рисунок 2 - Многомерная средняя показателей результативности реализации инвестиционной стратегии регионов СФО

Значение многомерной средней свыше 100% наблюдается только у трех регионов СФО – Красноярский край, Новосибирская и Кемеровская области. Значение регионов-лидеров превышает средний уровень. Два из них являются лидерами по количеству максимумов.

Менее половины от среднего уровня (<50%) имеют два региона-аутсайдера – Республика Тыва и Республика Алтай. Напомним, что Республика Алтай также была аутсайдером и по количеству минимумов.

Как уже было замечено, на данные показатели, а, следовательно, и на многомерную среднюю, сильно влияет размер территории и население. В большей степени на результат влияет численность населения. От нее зависят и объем инвестиций, и количественное значение показателей (например, количество введенных общеобразовательных учреждений, плотность дорог, число преступлений, мощность электростанций и т.д.)

Чтобы оценить регионы без учета численности населения, рассмотрим такой показатель как инвестиции в основной капитал на душу населения. В данном показателе картина распределения регионов на лидеров и аутсайдеров меняется – рисунок 3.

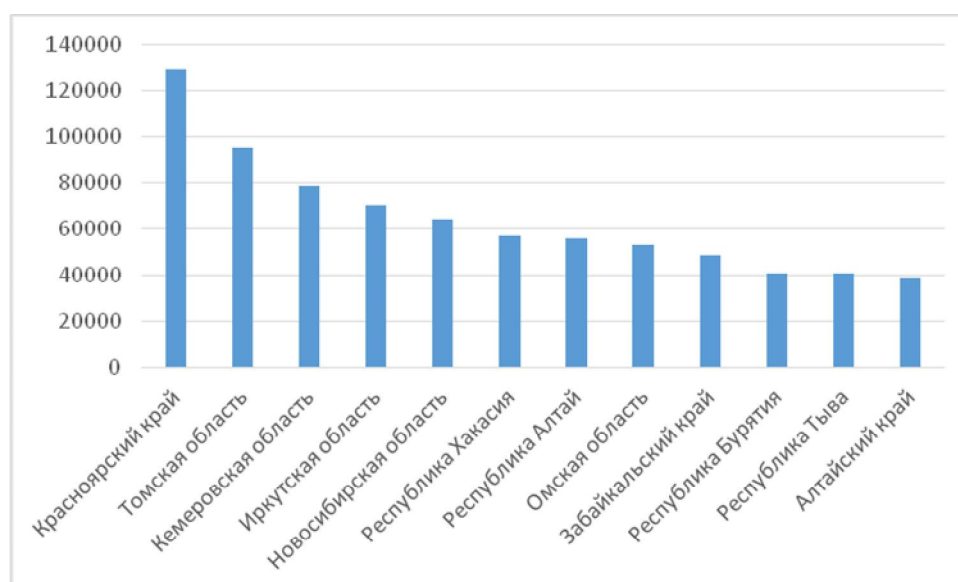


Рисунок 3 – Распределение субъектов СФО по показателю «инвестиции в основной капитал на душу населения»

В данном распределении лидер остался тем же - Красноярский край явно лидирует среди регионов СФО. Алтайский край переместился из первой пятерки на последнее место, а вот республика Алтай значительно поднялась, выйдя из числа аутсайдеров в середнячки. В первой пятерке лидеров произошла замена мест, что говорит об успешной реализации инвестиционной стратегии в четырех регионах – Красноярском крае, Томской, Кемеровской, Иркутской и Новосибирской областях.

Поскольку распределение по многомерной средней показали различия в результатах оценки, то в исследовании результативности реализации региональных инвестиционных стратегий стоит использовать другие методы оценки - например, кластерный анализ, что и будет произведено в дальнейших работах авторов.

### Библиографический список

1. Каплан Р., Нортон Д. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты. – М.: Олимп-Бизнес, 2005, 512 с.
2. Федулова Е. А., Кононова С. А. Оценка результативности реализации региональных инвестиционных стратегий на основе системы сбалансированных показателей // Сибирская финансовая школа. 2014. № 4. С. 78–84.
3. Федулова Е. А., Ощепкова Н. С. Формирование системы сбалансированных показателей к оценке результативности реализации региональных инвестиционных стратегий / Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. №4. С. 253-261.
4. Россия' 2014: статистический справочник. – М.: Росстат, 2014. – 62 с.

Fedulova E. A., Oshchepkova N. S.

#### **The use of a balanced scorecard to the assessment the impact of the implementation of the regional investment strategies**

**Abstract.** The use of a BSC to the assessment the impact of the implementation of the regional investment strategies for example regions of the Siberian Federal District. Strategy assessed using the method of multi-dimensional average of the three perspectives: Finance, customers and society.

**УДК 330.43: 330.322.21**

**Н. С. Ощепкова**

Кемеровский Государственный Университет, Кемерово, Россия

### **МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ СОГЛАСНО КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РОСТА**

**Аннотация.** В современных условиях развития экономики особую роль приобретают инвестиционные стратегии территории, так как они являются целевым ориентиром устойчивого экономического роста. В статье представлено эконометрическое моделирование, характеризующее зависимость прироста валового регионального продукта от прироста инвестиций в основной капитал по России, Федеральным округам и отдельным регионам, а также представлены возможные подходы к классификации регионов на основе построенной модели.

**Ключевые слова:** эконометрическое моделирование, эффективность, инвестиционная стратегия

Одной из важнейших долгосрочных целей инвестиционной стратегии является стимулирование экономического роста, поддержание

его темпов на оптимальном уровне. Наиболее простое определение и исчисление экономического роста связано с важнейшим показателем национальных счетов – ВВП и ВРП [1, с. 10].

В данной работе мы будем рассматривать региональную эконометрическую модель как метод оценки эффективности реализации региональной инвестиционной стратегии. Она представляет собой систему регрессионных уравнений, связывающих экзогенные и эндогенные параметры.

При построении модели в качестве эндогенного параметра ( $Y_t$ ) будем использовать прирост ВРП в процентах, а в качестве экзогенного параметра ( $X_t$ ) использовать прирост инвестиций в основной капитал (%).  $T$  – соответствующая территориальная единица.

Основными задачами данной эконометрической модели являются:

– построение модели взаимосвязи прироста инвестиций в основной капитал и объемов ВРП в целом для России, Федеральных округов и отдельных субъектов Федерации;

– выявление группы регионов России с так называемой «перегретой» экономикой и, в противоположность этому, группу регионов, которые остро нуждаются в инвестициях, либо где инвестиции по ряду причин используются неэффективно (не достигается должный экономический эффект от их вливания в экономику).

Целью данного моделирования является выделение отдельных групп регионов России с относительно одинаковой связью, а так же силой этой связи между приростом инвестиций в основной капитал и приростом ВРП. Так же будет проведен сравнительный анализ с аналогичной работой, проделанной Федуловой Е.А., Алабиной Т.А. и Волобуевым И.С., с более ранним периодом построения модели (с 1999 г. по 2006 г.). [2, с. 259].

Для оценки эффективности реализации инвестиционных стратегий в регионах, этапы эконометрического моделирования простых зависимостей можно представить в виде алгоритма (рисунок 1).

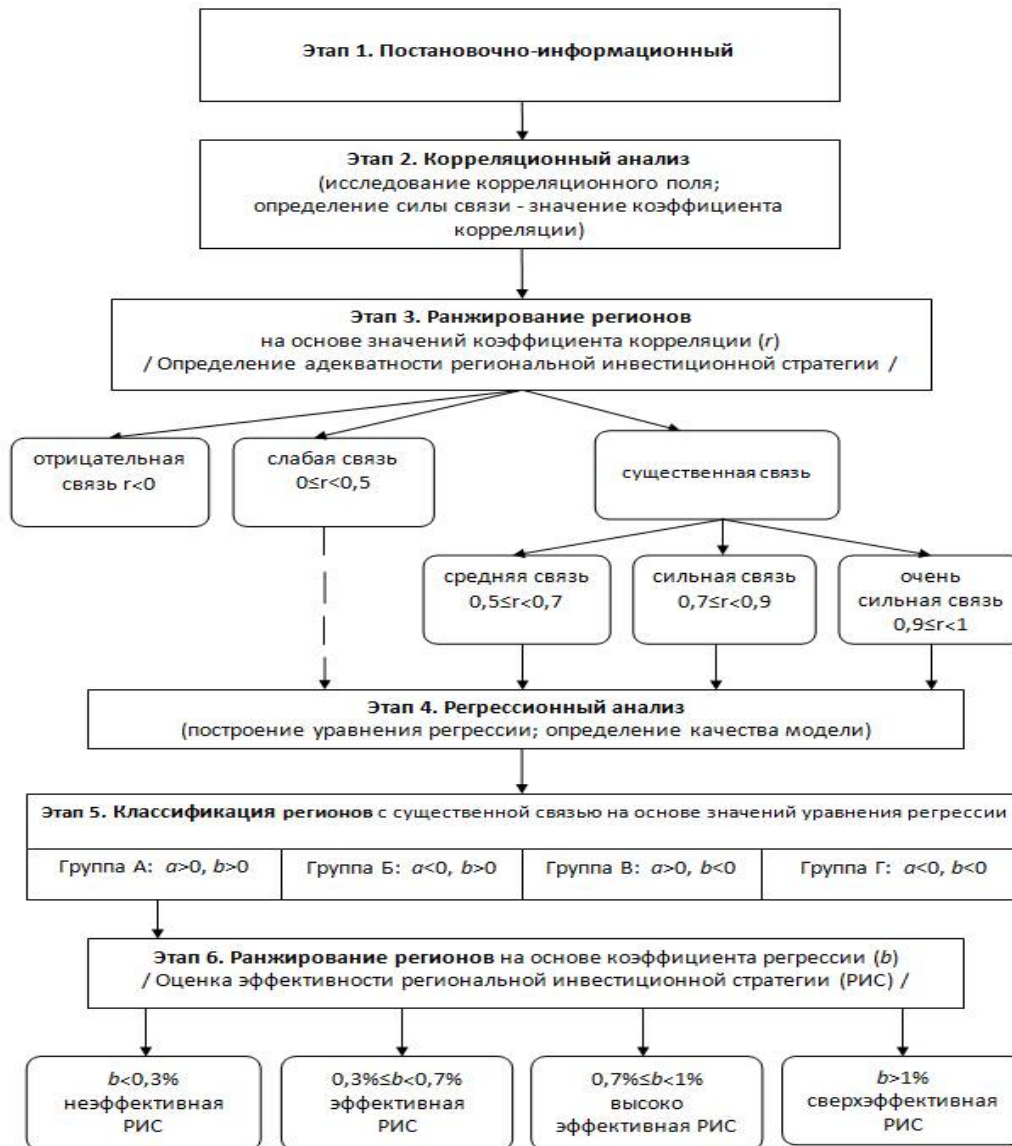


Рисунок 1 – Формализованный алгоритм оценки эффективности региональной инвестиционной стратегии

Период построения модели был определен с 2000 г. по 2012 г. К сожалению, для построения более точной модели нам не хватает данных, ведь период построения модели ограничен снизу переходом Федеральной службы статистики на новую методику расчета. Из выборки исключены данные некоторых автономных округов (Ненецкий АО, Ханты-Мансийский АО, Ямало-Ненецкий АО), а также новых территорий (Республики Крым и города Севастополь), по которым отсутствуют статистические данные [3].

При построении эконометрической модели выявляется теснота связи между ВРП и инвестициями в основной капитал. Она оценивается с помощью коэффициента корреляции  $r$ . В результате вычисления коэффициента корреляции по исследуемым субъектам РФ, теснота связи



была разделена на 4 группы: слабая связь ( $0 \leq |r| \leq 0,5$ ), средняя связь ( $0,5 < |r| \leq 0,7$ ), сильная ( $0,7 < |r| \leq 0,9$ ), и очень сильная связь ( $0,9 < |r| \leq 1$ ).

Для России в целом теснота связи имеет очень сильный характер ( $r=0,99$ ). Для федеральных округов РФ выявлена преимущественно сильная зависимость. Исключение составляет Дальневосточный федеральный округ ( $r=0,63$ ) со средним характером связи и Приволжский федеральный округ с очень сильным характером связи ( $r=0,92$ ).

Таблица 1 – Сравнительные данные коэффициента корреляции эконометрической модели по России и федеральным округам

Название территориальной единицы	Значение коэффициента корреляции, 2000-2012 гг.	Значение коэффициента корреляции, 1999-2006 гг.
1	2	3
Россия в целом	0,931	0,891
Центральный федеральный округ	0,878	0,865
Северо-Западный федеральный округ	0,756	0,861
Южный федеральный округ	0,829	0,778
Северо-Кавказский федеральный округ	0,803	-
Приволжский федеральный округ	0,924	0,755
Уральский федеральный округ	0,774	0,818
Сибирский федеральный округ	0,806	0,607
Дальневосточный федеральный округ	0,630	0,821

Распределение регионов по характеру связи представлено в табл. 2.

Таблица 2 - Распределение регионов России на основе значений коэффициента корреляции

Характер связи	Диапазон значений корреляции	Количество регионов	Удельный вес, процентов	Количество регионов		Удельный вес, процентов	
				1999-2006 гг.		2000-2012 гг.	
Отрицательная	$r < 0$	11	13,93	2	2,50		
Слабая	$0 \leq r < 0,5$	21	26,58	21	26,25		
Существенная	Средняя	18	22,79	27	33,75		
	Сильная					24	30,38
	Очень сильная	5	6,32	3	3,75		
Итого		79	100	80	100		

Слабая связь свидетельствует об неэффективном использовании средств, выделяемых на инвестиции в основной капитал. Таких регионов в целом по России - 23. В исследовании на период 1999-2006 гг. их было 32, 11 из которых имели отрицательное значение коэффициента корреляции. В

данном же исследовании регионов с отрицательным значением коэффициента корреляции осталось всего 2 – это Кабардино-Балкарская республика и Мурманская область, что означает качественное улучшение инвестиционной деятельности в регионах.

Количество регионов со средней связью увеличилось с 18 до 27 (за счет регионов с бывшей слабой связью, т.к. количество регионов с сильной связью так же увеличилось). Средняя связь является показателем необходимости усиления региональной инвестиционной политики и повышению ее эффективности.

А вот количество регионов с очень сильной связью стала меньше. В расчете 1999-2006 гг. они занимали 6 % удельного веса в общем объеме, а в последнем расчете – 2,5 %. Данная ситуация так же говорит об улучшении положения использования инвестиций в основной капитал, т.к. очень сильная связь свидетельствует о «перегреве» экономики. Подобная ситуация опасна тем, что при резких колебаниях рынка в ту или иную сторону регионы с очень сильной связью одними из первых ощутят и положительное и отрицательное влияние. Социально-экономическое развитие этих регионов невозможно без сильной инвестиционной составляющей, а основные инвестиции в основной капитал осуществляются государством.

Помимо расчета значений коэффициента корреляции, были построены уравнения регрессии для регионов России. Данные уравнения будут иметь вид:

$$Y_t = a + bX_t, \quad (1)$$

где  $Y_t$  – прирост объема валового регионального продукта,  $a$  – свободный член,  $b$  – коэффициент регрессии,  $X_t$  – прирост инвестиций в основной капитал в данном регионе,  $t$  – исследуемый регион.

В целом для России уравнение регрессии запишется в виде:  $Y = 6,05 + 0,62X$ . Свободный член уравнения означает на сколько увеличится (уменьшится) прирост ВРП даже без прироста объемов инвестиций в основной капитал. Для России прирост ВВП увеличится на 6,05 млн. руб. без прироста инвестиций в основной капитал.

Коэффициент  $b$  показывает на сколько увеличится прирост ВРП при увеличении прироста инвестиций в основной капитал на 1%. Для России он равен 0,62. Для устойчивого экономического роста страны он должен составлять хотя бы 1 %. При значении  $b < 1$  можно говорить о наличии причин, сдерживающих процесс эффективного распределения средств инвестирования. Для России в моделировании по 1999-2006 гг.  $b = 0,73$ .

Большие значения свободного члена уравнения присущи регионам со слабым характером связи прироста инвестиций в основной капитал и

прироста ВРП. (Сахалинская область:  $a = 27,85$ ,  $r=0,13$ ; Архангельская область:  $a=24,69$ ,  $r=0,1$ ; Республика Ингушетия:  $a=24,22$ ,  $r=0,34$  и т.д.)

В Кабардино-Балкарской Республике и в Мурманской области коэффициент регрессии имеет отрицательное значение, что свидетельствует о парадоксальной ситуации, когда прирост объемов инвестиций приводит к уменьшению прироста объема ВРП, и наталкивает на мысль о коррупционной составляющей в освоении инвестиционных потоков, прежде всего за счет государственных средств.

Таблица 3 - Основные значения региональной эконометрической модели по округам

Название территориальной единицы	Значение коэффициента корреляции, $r$	Значение коэффициента детерминации, $R^2$ , %	Значимость F	Вид уравнения регрессии
1	2	3		4
РФ	0,931394505	86,7495724	3,71138E-06	$Y=6,05+0,62X$
Центральный федеральный округ	0,878961448	77,25732267	7,59704E-05	$Y=5,45+0,75X$
Северо-Западный федеральный округ	0,756090016	57,16721127	0,00278662	$Y=9,06+0,5X$
Южный федеральный округ	0,82906227	68,73442471	0,00045863	$Y=14,5+0,29X$
Северо-Кавказский федеральный округ	0,803145885	64,50433127	0,02960795	$Y=10,74+0,36X$
Приволжский федеральный округ	0,924890613	85,54226462	6,03044E-06	$Y=7,58+0,51X$
Уральский федеральный округ	0,77417125	59,93411247	0,00189462	$Y=11,04+0,45X$
Сибирский федеральный округ	0,806416591	65,03077187	0,00086795	$Y=5,27+0,54X$
Дальневосточный федеральный округ	0,630350921	39,73422842	0,02091510	$Y=14,5+0,22X$

В зависимости от знаков коэффициентов уравнения можно разделить регионы на четыре группы, представленные в табл. 4.

В группе Г не было обнаружено регионов, так же, как и при раннем моделировании (1996-2006 гг.). Отрицательная величина свободного члена уравнения говорит о том, что прирост ВРП не возможен без прироста инвестиций в основной капитал. А отрицательная величина коэффициента регрессии  $b$  указывает на то, что увеличение инвестиций ведет к уменьшению ВРП территории, т.е. инвестиционная активность в регионе тормозит его экономическое развитие. Эти выводы противоречат друг другу, а второй еще и невозможен для регионов с устойчивым социально-экономическим развитием.

Таблица 4 - Группирование регионов России в зависимости от знаков коэффициентов уравнения регрессии.

Код группы	Знаки коэффициентов уравнения регрессии	Количество регионов		Удельный вес в общем объеме, процентов	
		1999-2006 гг.	2000-2012 гг.	1999-2006 гг.	2000-2012 гг.
А	$a > 0, b > 0$	43	92	57	100
Б	$a < 0, b > 0$	3	6	0	0
В	$a > 0, b < 0$	1	2	0	0
Г	$a < 0, b < 0$	0	0	0	0
Исключено регионов из выборки из-за слабой и отрицательной корреляции		32		23	

Для группы В также наблюдается «экономический парадокс»: прирост инвестиций способствует снижению прироста ВРП, что говорит о деинвестиционной направленности в развитии данных регионов. В раннем моделировании регионы, которые могли бы оказаться в группе В по данному классификационному признаку, имели в основном слабую корреляционную связь и были исключены из данной классификации. Исключение составил один регион – Нижегородская область, с коэффициентом корреляции более 0,5.

Регионы группы В можно охарактеризовать как территории, прирост ВРП которых произойдет в любом случае, даже если объемы инвестиций в основной капитал не будут ежегодно прирастать. Величина такого прироста будет на уровне  $a\%$ .

В группе Б в раннем моделировании находилось 3 региона (6%) из рассмотренных 47. При этом все эти регионы принадлежали Центральному федеральному округу (Воронежская и Липецкая области, г. Москва). Для таких территорий характерно эффективное использование инвестиционных ресурсов при невозможности устойчивого экономического роста без постоянного инвестирования.

Группа А оказалась самой многочисленной. Для регионов данной группы (92% и 100% соответственно от числа субъектов РФ с существенной корреляционной связью) прирост ВРП произойдет в любом случае, даже если объемы инвестиций в основной капитал не будут ежегодно прирастать. Это объясняется, как наличием других факторов, влияющих на прирост объема ВРП, так и неким развитием региона «по инерции» и существованием временного лага между приростом инвестиций в основной капитал и объемов ВРП.

Дальнейшее методическое развитие выбранного инструмента оценки видится в классификации регионов группы А по абсолютной величине

положительного значения коэффициента регрессии  $b$ , поскольку именно он оценивает эффективность инвестиционной стратегии. Предлагаем укрупненную группировку регионов:

- $b > 1\%$  – сверхэффективная инвестиционная стратегия;
- $0,7\% \leq b < 1\%$  – высокоэффективная инвестиционная стратегия;
- $0,3\% \leq b < 0,7\%$  – эффективная инвестиционная стратегия;
- $b < 0,25\%$  – неэффективная инвестиционная стратегия.

По результатам исследования к сверхэффективной инвестиционной стратегии нельзя отнести ни один регион РФ, к высокоэффективной – один регион (г. Москва); эффективной региональной инвестиционной стратегией обладают 26 регионов РФ и 30 регионов реализовывают неэффективную региональную инвестиционную стратегию. При этом напомним, что все 57 регионов, включенные в данную классификацию, обладают существенной корреляционной связью, т.е. их инвестиционные стратегии адекватны сложившимся условиям и факторам роста экономики региона.

Оценка качества модели производится на основании следующих величин:  $R^2$  – коэффициент детерминации,  $F$  – вычисленное значение критерия Фишера. Коэффициент детерминации – доля общей дисперсии, объясненной уравнением регрессии. Чем ближе  $R^2$  к 1 (или 100%), тем точнее уравнение регрессии соответствует исходным данным [4].

Анализ коэффициента детерминации  $R^2$  в целом по России показывает, что прирост ВРП на 86,74% объясняется приростом объема инвестиций в основной капитал. Оценка коэффициента по федеральным округам показала, что приближенная ситуация к среднероссийской наблюдается только в двух: Центральном (77,25%) и Приволжском (85,54%). В остальных округах доля объясненной вариации от общего варьирования зависимой переменной  $Y_t$  гораздо ниже – лишь на уровне 57-68%. Самое низкое значение наблюдается по Дальневосточному федеральному округу – 39,73%.

При помощи пакета функций «Анализ данных» MS Excel выводится значение Значимость  $F$ , которое определяет расчетный уровень значимости  $F$  по заданным исходным данным. Если это значение меньше заданного (0,05), то модель считается адекватной исходным данным и значимой [5].

Значимость  $F$  выше 0,05 в регионах со слабой или отрицательной корреляционной связью, что логично и привело к исключению данных регионов из анализа на предмет эффективности региональных инвестиционных стратегий.

Также значимость  $F$  выше 0,05 в трех регионах с существенной связью: г. Санкт-Петербург, Псковская и Саратовская области. Подобная ситуация объясняется, как правило, нелинейным видом уравнения

В результате исследования данная эконометрическая модель показала неоднородность эффективности инвестиционной политики в разных регионах России. В составе РФ присутствуют регионы как с очень сильной,

так и с отрицательной, связями между приростом ВРП и приростом инвестиций в основной капитал. Данное положение объясняется различной инвестиционной политикой в отдельных регионах РФ, как результативной, так и не дающей определенных результатов. Для исправления ситуации необходимо выравнивание ситуаций в регионах при помощи централизованно управляющимся публичном управлении.

### Библиографический список

1. Бувальцева, В. И. Оценка реализации инвестиционной стратегии территории как целевого ориентира устойчивого экономического роста на основе корреляционно-регрессионного анализа / В. И. Бувальцева, Е. А. Федулова, Т. А. Алабина / Сибирская финансовая школа. – 2014. – № 6. – С.9-12 .
2. Федулова, Е. А. Эконометрическая модель влияния инвестиций в основной капитал на устойчивый рост регионов России / Е. А. Федулова, Т. А. Алабина, И. С. Волобуев // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. – 2009. – Т. 2-1. – №75. – С. 259–268.
3. Российский статистический ежегодник. 2013: Стат.сб./Росстат. - 2013. – 717 с. [Электронный ресурс] // URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1135087342078](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135087342078). Дата обращения - 20.07.2014
4. Чекменева, Т. Д. Эконометрика. Курс лекций / Т. Д. Чекменева. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2011. – 49 с.
5. Шанченко, Н. И. Лекции по эконометрике / Н.И. Шапченко. – Ульяновск: Изд-во Ульяновского гос. техн. ун-та, 2008. – 30 с.

~ Oshchepkova N. S.

~ *Methodical toolkit of assess the effectiveness of the investment strategy according to the concept of sustainable growth*

~ **Abstract.**

~ In modern conditions of development of economy investment strategies territory acquire the special role, because they are the target reference point for sustainable economic growth. The article presents econometric modeling, characterizing the dependence of the growth of gross regional product from growth of investment in fixed capital in Russia, the Federal Districts and the individual regions, and presents possible approaches for the classification of regions based on the constructed model.

УДК 338.2

Е.Л. Павленко

Институт экономики, торговли и технологий ФБГОУ ВПО ЮУрГУ (НИУ),  
Челябинск, Россия

## РОЛЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

**Аннотация.** В статье освещены место и роль малого и среднего бизнеса в экономике страны. Обозначены проблемы и перспективы развития малого и среднего предпринимательства в экономике современной России. Сделаны выводы о необходимости государственной поддержки бизнеса и ее наиболее значимых направлениях.

**Ключевые слова:** малый и средний бизнес, предпринимательство, государственная поддержка.

Снижение ВВП и сокращение инвестиций в основной капитал в 2014 году свидетельствуют о негативных тенденциях в российской экономике, которые во многом обусловлены несоответствием существующего технологического уклада и организации социально-экономической системы требованиям постиндустриальных реалий. В сегодняшних экономических условиях необходимо создание условий для новой экономической политики, направленной на повышение эффективности процессов модернизации и диверсификации экономики России и ее регионов, активизации инвестиционного и инновационного процессов и, следовательно, повышения конкурентоспособности страны на мировой арене.

Сейчас российская экономика занимает лишь 64-е место в рейтинге глобальной конкурентоспособности, опубликованном аналитической группой Всемирного экономического форума, что, учитывая имеющийся в стране потенциал сырьевых, человеческих и производственных ресурсов, является недопустимо низким показателем [3].

В любой экономически развитой стране малый и средний бизнес занимает ключевую позицию. В экономиках же трансформационного типа, к которой можно отнести и экономику России, при решении социально-экономических задач, роль малого и среднего предпринимательства становится еще более значимой. Повышение инвестиционной активности со стороны бизнеса обеспечивает рост уровня жизни населения, социально-экономического развития каждого отдельного региона, то есть выступает в конечном итоге основным фактором экономического роста всей страны.

Предпринимательство способствует увеличению валового внутреннего продукта и налоговых поступлений в бюджет, способствует росту конкуренции, содействуя тем самым общественному прогрессу и развитию экономики. С каждым новым, входящим на рынок, предприятием, затрудняется доступ к необходимым ресурсам и активизируется борьба за потребителя, что вынуждает предпринимателей оптимизировать хозяйственную деятельность в целях сокращения расходов на производство и реализацию продукции, обеспечивать лучшие условия для поставщиков, улучшать качество производимых товаров и услуг, снижать цены. Немаловажное значение малый и средний бизнес имеет и в процессе модернизации экономики. При определенном уровне конкуренции, с целью повышения эффективности бизнеса, возникает необходимость использования инноваций, представляющих собой нововведения, реализованные в целях создания конкурентных преимуществ или улучшения устоявшихся бизнес-процессов [1].

Малый и средний бизнес России – это 5,6 млн. субъектов малого и среднего предпринимательства. Вместе с тем вклад малого и среднего предпринимательства в общие экономические показатели в России существенно ниже, чем в большинстве не только развивающихся, но и развитых стран. Доля малого и среднего бизнеса в ВВП находится на уровне 20-21%. Более того, сравнение уровня развития малого и среднего предпринимательства в России с другими странами показывает заметное отставание по ряду показателей. На малые и средние компании приходится только 5-6% от общего объема основных средств и 6% от объема инвестиций в основной капитал в целом по стране [2].

Динамика сектора малого и среднего бизнеса в стране фактически зависит от его состояния в регионах. По информации областного правительства, в Челябинской области в 2015 году зарегистрировано более 120 тыс. субъектов малого и среднего бизнеса. Из них 68,6% являются индивидуальными предпринимателями и главами крестьянских (фермерских) хозяйств, а 31,4% представляют собой малые и средние предприятия.

Вклад субъектов малого и среднего предпринимательства в экономику Челябинской области с каждым годом растет. Более трети оборота организаций составляет оборот предприятий малого и среднего бизнеса [4].

Малые предприятия не требуют значительных стартовых инвестиций и дают достаточно высокую скорость оборота ресурсов, они обладают способностью наиболее быстро и экономно решать вопросы реструктуризации экономики, формирования и насыщения рынка потребительских товаров в условиях ограниченности финансовых ресурсов. Кроме того, малый бизнес способен в быстрые сроки обеспечить производство высококачественной продукции, востребованной на



определенных рынках. Производственная, технологическая и административная гибкость малого предпринимательства, позволяющая оперативно реагировать на изменяющиеся потребности рынка, также является важнейшей предпосылкой его успешного развития.

Вместе с тем, для малого и среднего бизнеса повсеместно характерны такие проблемы как широкое использование устаревших технологий, низкий уровень профессиональной подготовки управленческого персонала и отсутствие доступных кредитных ресурсов. Для малого бизнеса характерна нерациональная структура капитала и его недостаточность, а ограниченность источников финансовых ресурсов обуславливают низкую квалификацию персонала, слабость и низкую эффективность маркетинговых исследований и отсутствие внятной маркетинговой политики. При этом финансовые проблемы являются наиболее существенными факторами, которые могут оказать решающее влияние на саму возможность продолжения бизнеса [7].

Для приобретения нового оборудования, открытия дополнительной торговой точки, покупки сырья или товаров предпринимателям часто требуется оформление кредита. Но оказывается, что в некоторых аспектах кредитования интересы кредитных институтов и предпринимателей прямо противоположны.

Так, например, малые предприятия заинтересованы в оформлении кредита на максимальный срок, чтобы сократить месячные платежи, но в условиях российского банкинга это не возможно. Кроме того, сложности у предпринимателей возникают из-за длительности рассмотрения заявки на получение ссуды, ограничения суммы займа, завышенных требований к владельцам бизнеса, в том числе и внесение залога.

Вернуть выданный кредит, причем с процентами и в срок является главной целью любого банка. Поэтому если кредитно-финансовое учреждение посчитает, что представляемый бизнес или предприниматель по тем или иным причинам не добьется успеха, то кредит вряд ли будет выдан. Причин для этого может быть множество: это и нереально амбициозные планы, и отсутствие четкой бизнес-идеи, подготовленной инфраструктуры бизнеса, рынка сбыта продукции, отсутствие у предпринимателя качеств менеджера и т. д. Немаловажный фактор и недоверие к малому бизнесу, испытываемое банками. Так как небольшие предприятия, как правило, находятся на рынке существенно меньше, чем крупные.

Помимо банковских кредитов, не менее востребованы федеральные и региональные программы по поддержке малых предприятий. Опыт развитых стран свидетельствует, что для появления и стабильного развития финансовой инфраструктуры для малого бизнеса необходимым условием является активная государственная политика. И именно она

зачастую и определяет те схемы финансирования малого бизнеса, которые становятся традиционными для той или иной национальной экономической системы. Финансовая инфраструктура для малого бизнеса в России сегодня находится на начальном этапе формирования, но уже создаются необходимые институты, разрабатываются государственные программы его поддержки [8].

События 2014 года, связанные с введением экономических санкций и контрсанкций, ухудшением конъюнктуры на рынке энергоресурсов, показывают, что переход России к новому экономическому укладу является уже стратегической задачей обеспечения национальной безопасности.

Помимо сугубо политической арены экономические санкции, введенные западными странами против России, затрагивают и экономическую сторону функционирования страны. В настоящее время положение малого и среднего предпринимательства особенно остро зависит от политических решений. Следует отметить, что санкции разного рода, пусть даже не значительно, тормозят бизнес и экономику. Под удар ставятся микро, малый и средний бизнес, занимающий одну из первостепенных позиций в любой экономически развитой стране [1].

В этих условиях одним из самых важных и обязательных условий успеха в развитии малого и среднего предпринимательства является всесторонняя и стабильная государственная поддержка. Так как, несмотря на то, что в ряде отраслей производства малый и средний бизнес занимает ключевую позицию, одновременно он является наиболее уязвимым и чувствительным к изменениям в экономической сфере.

Антикризисные меры поддержки малого и среднего предпринимательства России утверждены в рамках правительственного документа – Плана первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году. В перечень первоочередных мер вошли такие мероприятия, как содействие развитию малого и среднего предпринимательства за счет снижения финансовых и административных издержек. Расширен перечень мер поддержки малых инновационных предприятий (предлагаются гранты на финансовое обеспечение инновационных проектов, имеющих перспективу коммерциализации; расширен масштаб реализации программ поддержки малых инновационных предприятий по линии Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере). Запланировано снижение избыточного антимонопольного контроля [2].

Наряду с общегосударственными мерами, многие регионы России самостоятельно разрабатывают программы поддержки малого и среднего бизнеса. Параллельно с профильными ведомствами, во многих регионах

созданы специальные Фонды, которые предоставляют поручительства по банковским кредитам, позволяющие предпринимателям получить кредит, не имея достаточного залогового обеспечения. Кроме того, многие фонды выдают малому бизнесу микрозаймы, а также беспроцентные ссуды на компенсацию расходов по обслуживанию банковских кредитов.

Но очевидно, что муниципальные власти заинтересованы в поддержке малый и среднего бизнеса только в том случае, если получают определенную долю дохода от налогообложения [8].

Экономическое развитие любого региона страны, в том числе и Челябинской области, зависит от полноты поступления налоговых платежей в бюджеты всех уровней, основная масса которых идет от малого и среднего предпринимательства. Налоговые платежи в полной мере будут поступать только тогда, когда малые и средние предприятия будут успешно развиваться. Поддержка и развитие предпринимательства как института, обеспечивающего формирование конкурентной среды, занятость населения и стабильность налоговых поступлений, является одним из приоритетных направлений деятельности Администрации Челябинской области.

Для успешно развития малых и средних предприятий на территории Челябинской области с 01 января 2015 года действует государственная программа Челябинской области «Комплексная поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Челябинской области на 2015-2017 годы». На реализацию приоритетных мероприятий государственной программы в областном бюджете 2015 года запланировано 48,2 млн. рублей и еще 134,6 млн. рублей регион планирует привлечь из федерального бюджета.

Основной целью государственной программы по поддержке малого и среднего бизнеса является создание благоприятного предпринимательского климата для развития здоровой конкуренции между предпринимателями. В рамках государственной программы органам местного самоуправления предоставляются субсидии для софинансирования местных программ по развитию малого и среднего предпринимательства. Поддержка малого и среднего бизнеса происходит через закупку товаров (услуг) для государственных нужд Челябинской области. Также осуществляются адресные субсидии на приобретение оборудования для осуществления предпринимательской деятельности. В муниципальных округах или в муниципальных образованиях действуют местные программы поддержки предпринимательства.

В рамках реализации государственной программы работает ГБУ Челябинской области «Инновационный бизнес-инкубатор». Это бюджетная организация, помогающая социально незащищенным слоям населения, находящимся на начальном этапе своего

предпринимательского развития и начинающим предпринимателям в сфере инновационных технологий [5].

Некоторые экономисты считают, что производство инновационных продуктов и разработка новых технологий является в основном прерогативой крупного бизнеса. Вместе с тем, целый ряд исследований, проведенных в развитых странах, очевидной связи между размерами предприятия и темпами инновационных технологических изменений не выявил.

Уровень инновационной активности предприятия характеризуется величиной расходов на проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), количеством запатентованных изобретений, удельным весом работников, занятых НИОКР, или объемами производства инновационной продукции. По всем этим показателям безусловным лидером в инновационной активности является крупный бизнес. В то же время, анализ уровня инновационной деятельности бизнеса в отраслевом разрезе, показывает другую тенденцию. Например, на долю малого бизнеса приходится доминирующая часть всех инновационных продуктов в сфере информационных технологий и производстве контрольно-измерительных приборов. Крупные же предприятия доминируют в фармацевтике и авиастроении [7].

События лета 2014 года показывают несостоятельность существующей модели российской экономики, ориентированной на экспорт природных ресурсов, так как сильная зависимость от конъюнктуры мирового рынка энергоресурсов привела к дестабилизации рубля и лихорадке на отечественных рынках.

Следует отметить, что ведение западными странами экономических санкций против России и последующие ответные ее антисанкционные действия, с одной стороны создают проблемы для экономики, но с другой открывают новые горизонты развития бизнеса. Благодаря санкциям, введенным против нашей страны, и ответным действиям России, в экономике положен новый курс на ее развитие. Появился огромный стимул развивать сельское хозяйство, снизилась конкуренция на рынке. Политика импортозамещения так же оказывает положительное влияние на экономику. Сейчас страны, которые не приняли санкций против России, все больше предлагают товарозамещение на более выгодных условиях.

Вынужденная смена структуры торговли скажется только положительно на отечественном товаропроизводителе, потому что теперь требуется объявлять внутренние конкурсы вместо покупки технологий либо конечных продуктов за рубежом, что не может не иметь положительного эффекта в экономике, так как обеспечит создание прибавочной стоимости внутри страны.

Условия внешнеэкономических санкций и переход к активному импортозамещению, способны простимулировать ускоренное развитие наукоемких и высокотехнологичных отраслей в потребительском секторе, а также модернизацию промышленности, что в конечном итоге обеспечит переход от сырьевой ориентации российской экономики к инновационному пути развития. Россия имеет достаточные резервы для инновационного развития, поскольку уровень загрузки производственных мощностей продукции машинного оборудования и комплектующих в настоящее время составляет всего от 10 до 40 % в зависимости от отрасли [3].

Сегодня у российских промышленных и сельскохозяйственных производителей появилась возможность восстановить утраченные позиции, занять достойное место и стать конкурентно способными на внутренних и международных рынках. Для выхода из сложившейся ситуации российскому бизнесу необходимо создавать внутренние ресурсы, научиться выживать самостоятельно, повышать профессионализм своих работников, выполнить комплекс мероприятий направленный на модернизацию информационных технологий, улучшение качества товаров и услуг, увеличение объемов и ассортимента производимой продукции.

В современных экономических условиях важно правильно расставить приоритеты и удерживать ориентир на мировые стандарты конкурентоспособности. Также выходом может быть стимулирование создания производственных цепочек. Участие в них позволяет снизить трудо-временные затраты по поиску и предварительному отбору поставщиков, выбрать лучшие предложения по цене, снизить затраты, риски и выбрать наиболее подготовленных поставщиков. Малый и средний бизнес, выполняя роль субконтрактора, достигает высокого уровня загрузки своих мощностей и таким образом обеспечивает более высокую производительность.

Роль государства как координатора и стимулятора при переориентации отечественной экономики в условиях санкций и контрсанкций является главной, ведь именно на государственном уровне необходимо инициировать работу механизмов активизации бизнеса. Развитие экономики всегда было приоритетной задачей государства, в решении которой малый и средний бизнес способен сыграть первостепенную роль. В этой связи важно обеспечить более активное участие предпринимателей в коммерциализации научных разработок, внедрении технологических и управленческих инноваций, создании современных товаров и услуг. От успеха такой работы прямо зависит повышение качества жизни людей и укрепление конкурентных позиций России на мировом рынке [6].

### Библиографический список

1. Вайчук М.С. Определение влияния экономических санкций на малый и средний бизнес в России / М.С. Вайчук, Н.М. Борисова [электронный ресурс]. URL: <http://e-koncept.ru/2014/55189.htm?download>
2. Государственный совет РФ. Доклад о мерах по развитию малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. – М.: Кремль, 2015.
3. Карова Е.А. Инновационное развитие России в условиях экономических санкций / Е.А. Карова. – Международный институт рынка [электронный ресурс]. URL: <http://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&cat=mcat&mcat=217&type=news&newsid=2819>
4. Официальный сайт Минэкономразвития России [электронный ресурс]. URL: <http://www.economy.gov.ru/minec/main>
5. Поддержка предпринимателей Челябинской области [электронный ресурс]. URL: <http://yurpomoch.ucoz.ru/>
6. Степашова А.Ю. Влияние санкций на малый бизнес / А.Ю. Степашова, Т.Е. Исакова, Н.А. Калущкая // Молодой ученый. – 2014. – №21. – с. 425-428.
7. Хабыев Я. Малый бизнес – факторы роста и развития / Я. Хабыев // Молодой ученый. – 2014. – №11. – с. 238-242.
8. Шило Ю.Ю. Инвестиции в малый бизнес / Ю.Ю. Шило // Молодой ученый. – 2012. – №2. – с. 153-162.

~ E.L. Pavlenko

~ **The role and prospects of development of small and medium-sized businesses in the economy of modern Russia**

~ **Abstract.** The article highlights the role and place of small and medium business in the economy. The problems and prospects of development of small and medium enterprises in the economy of modern Russia. The conclusions about the need for public support of business and its most important directions.

~ **Keywords:** small and medium business, entrepreneurship, government support.

УДК 339.13

Е.А. Сенник, М.Е.Чепурных

ФГБОУ ВПО «Пермский государственный национальный исследовательский университет», Пермь, Россия.

## ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ИТ КОМПАНИЙ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ВІ

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию рынка ВІ-решений как наиболее развивающейся подотрасли ИТ в мире. В данной работе был проведен сравнительный анализ положений отечественных компаний ЗАО «ПРОГНОЗ», Ай-Теко и Парм-Телеком на мировом рынке ВІ на основе анализа конкурентных преимуществ по ромбу Портера, матрицы McKinsey и рейтинга «Магический квадрант» Gartner. Также на базе корреляционно-регрессионного анализа динамики выручки компании была проведена оценка положения данных компаний на рынке ВІ.

**Ключевые слова:** рынок ВІ- решений, матрица Портера, «Магический квадрант» Gartner, Матрица McKinsey, быстрорастущие фирмы, экспоненциальный рост.

Проблема оценки конкурентного потенциала и конкурентных преимуществ компаний в отрасли информационных технологий приобретает особую значимость в связи с обострением конкуренции на внутреннем рынке. Данный интерес связан с низким рейтингом конкурентоспособности отечественной сферы ИТ, и в том числе ВІ-решений, который обусловлен научно-техническим отставанием и макроэкономическими показателями.

Объем мирового рынка бизнес-аналитики по прогнозам аналитического агентства Gartner составит \$136 млрд. к 2020г. Объем российского рынка программного обеспечения для бизнес-аналитики (ВІ) превысил в 2013 г. \$400 млн в ценах поставщиков. В сравнении с 2012 г. рост составил 20,9%, сообщила компания IDC.

Проведем сравнительный анализ конкурентоспособности отечественных ИТ компании («Ай-Теко», «Парма-Телеком» и «PROGNOZ») на мировом рынке ВІ. Это компании, которые проводят эффективную внешнеэкономическую деятельность.

Одним из методов оценки конкурентоспособности является квадрант Gartner. Магический квадрант Gartner — графическое отображение ситуации на рынке, позволяющее оценить возможности продуктов и самих производителей. Ось Ability to Execute (возможности продуктов) характеризует маркетинговые и продажные показатели производителя, а ось

Completeness of Vision (полнота ведения потребности рынка) - технологическую продвинутость и стратегию компании.

Магический квадрант Gartner за период с 2012-2015г. характеризует пермскую компанию ЗАО "PROGNOZ" как вендера сегмента «Нишевые игроки». То есть компания предлагает жизнеспособные решения, которые отвечают основным требованиям покупателей в небольшом сегменте, в рамках прогноза это сектор B2G. Данная компания не является лидером среди международных поставщиков BI-решений, однако у нее есть все условия занять другие сегменты, например, «Претенденты на лидерство». Сравнительный анализ магического квадрата за 2011-2015г. показал, что за данный период компания подняла свои конкурентные позиции. (рис.1).

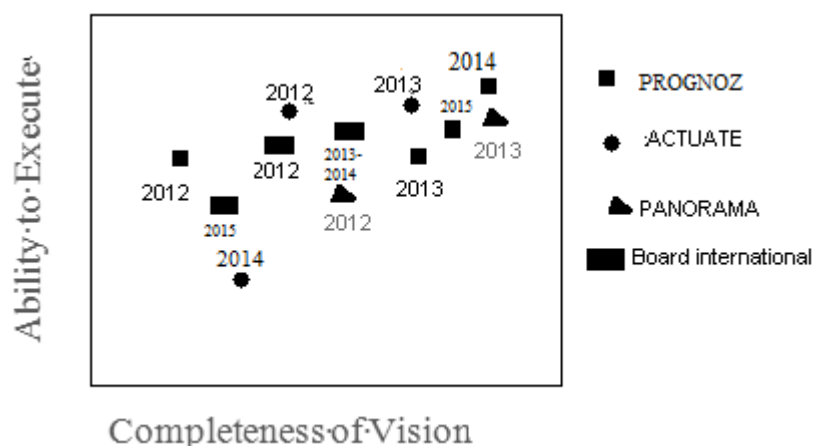


Рис. 1 Динамика «Магический квадрант» Gartner BI

Данный рисунок показывает, что компания сдвинулась вверх вправо за период 2012-2014 гг. и обогнала такие компании, как Actuate и Panorama Software ( по оси Ability to Execute) и Board international (по оси Completeness of Vision). Другими словами компания ЗАО «ПРОГНОЗ» увеличила свои продажи, также усовершенствовала технические характеристики Prognosz platform. Однако, в 2015 году компания PROGNOZ ухудшила свои позиции в данном рейтинге. Одной из причин являются изменения социально-экономических отношений России с США. Другая причина такой ситуации - это общая тенденция стагнации мирового рынка BI-платформ.

Компании «Ай-Теко» и «Пармо-Телеком» не вошли в данный рейтинг за исследуемый период.

Также данные компании входят в рейтинг «Быстрорастущие IT компании - 2012-2013г»[3]. Кроме того, корреляционно-регрессионный анализ зависимости показателей «выручка» и «штатная численность сотрудников компании, задействованных на направлении BI» показал, что с вероятностью около 90% компания «Прогноз» является быстрорастущей и относится к типу компания-Газель, так как функции распределения этих показателей присущ экспоненциальный характер ( $e^x$ ). (рис 2).



Это значит, что данная компания имеет большое влияние на экономику страны в целом, в том числе в обеспечении квалифицированными кадрами и увеличении налоговых поступлений в бюджет страны. А лидеры данного рейтинга (Парма-Телеком и Ай-Теко) теряют свои позиции по данным анализа выручки за период 2013-2014г. и уже имеют меньшее влияние в данном сегменте за этот период (рис.2).

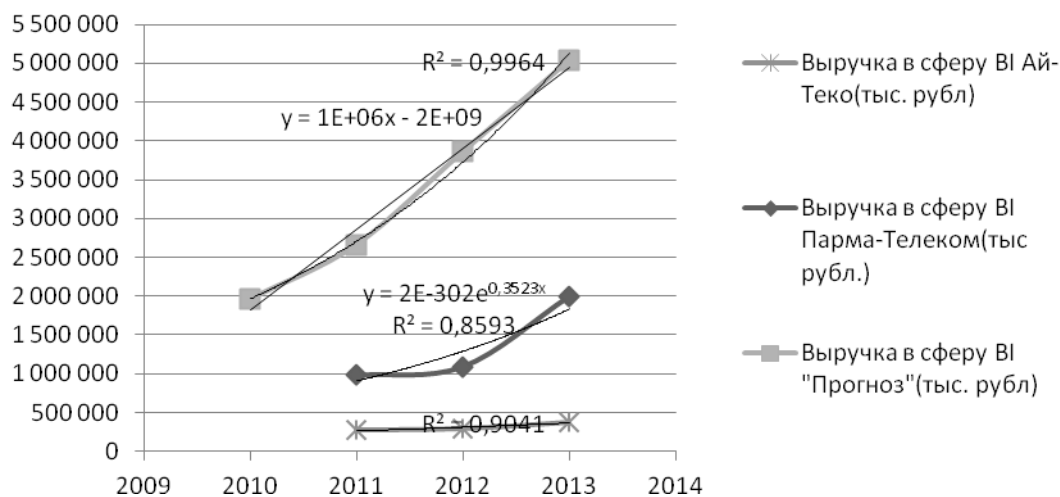


Рис. 2 Динамика выручки компании ЗАО «Прогноз», Парма-Телеком и Ай-Теко

Другой подход к анализу положения компании - анализ конкурентных преимуществ по данным ромба Портера.

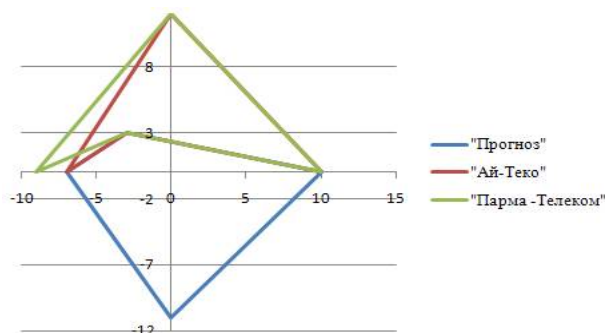
Проведем конкурентный анализ по модели Портера компании ЗАО «Прогноз» и двух ее конкурентов на пермском рынке, который поможет определить интенсивность и выраженность конкурентных сил в отрасли и даст достаточно информации для выбора удачной позиции на мировом рынке.

Согласно теории конкуренции М. Портера на любом рынке существуют 5 движущих сил, которые определяют возможный уровень прибыльности. Каждая сила в модели Майкла Портера представляет собой отдельный уровень конкурентоспособности товара:

- рыночная власть покупателей
- рыночная власть поставщиков
- угроза вторжения новых участников
- опасность появления товаров — заменителей
- уровень конкурентной борьбы или внутриотраслевая конкуренция

Оценка параметров проводится по 3-х бальной шкале. Для определения влияния каждого объекта модели Портера достаточно выбрать одно из трех утверждений. Затем необходимо поставить соответствующий балл от 1 до 3. Далее баллы суммируются по каждому блоку и сравниваются с предоставленными расшифровками их значений. Из данного анализа был

исключен пункт «рыночная власть поставщиков» для упрощения расчетов и также из-за того, что компания «Прогноз» имеет свою бизнес платформу и, таким образом, не зависит от поставщиков. Результаты данного анализа отражены на рис 3.



\*Примечание: точки на отрезках соответствуют сумме баллов по каждому блоку

Рис. 3 Оценка конкурентного потенциала по Портеру компаний «Прогноз», «Ай-Теко» и «Парма-Телеком».

Согласно данному анализу исследуемые компании могут столкнуться с риском появления товаров-субститутов при входе на мировой рынок и зависимости от международных платформ. Так, например, «Парма-Телеком» использует платформу SAP-businessObjects. Однако «Прогноз» создал свою уникальную платформу, что уменьшило данный риск. Также мировой рынок BI-решений имеет высокий уровень внутриотраслевой конкуренции. Одной из основных проблем, соответственно, становится большое количество сильных игроков. К ним относят SAP (23,6% доля рынка), Oracle bi enterprise (15,6%) и SAS Institute (12,6%) в связи с их долей рынка.[1]

Основная особенность конкурентного преимущества компании «Прогноз» по сравнению с компаниями «Ай-Теко» и «Парма-Телеком» это влияние потребителя. Другими словами, основными клиентами компании ЗАО «Прогноз» является сектор B2G, в том числе на мировом рынке. Международные заказчики - МВФ, Всемирный банк, образовательные учреждения, правительства и банки развития России, Азии, Африки, крупнейшие международные корпорации. А основные потребители продукта компании «Ай-Теко» и «Парма-Телеком» это нефтяной сектор и сырьевой сектор.

Кроме того, одним из конкурентных преимуществ компании ЗАО «Прогноз» можно считать наличие 2 стандартов качества ISO-9001 и ISO 27001, что позволяет повысить имидж компании, упростить процесс участия в конгрессно-выставочных мероприятиях и упростить процесс менеджмента.

Последним этапом анализа является обобщение результатов. Все результаты представлены в табл.1, в которой отражены также основные угрозы и разработаны стратегии.

Таблица 1.  
Основные рекомендации по повышению конкурентноспособности компании ЗАО  
«Прогноз»

Параметр	Значение	Описание	Стратегия
Оценка угрозы со стороны товаров-заменителей	Высокий	Компания не обладает уникальным продуктом	Усовершенствовать уникальность товара и обратить внимание на конкурентные преимущества продуктов-конкурентов.
Уровень внутриотраслевой конкуренции	Высокий	Рынок ВІ- решений – высоко конкурентный. Товар частично дифференцированный. Есть ограничения в повышении цен.	Проводить мониторинг цен и предложений конкурентов. Развивать уникальность продукта. Повышать степень информированности о своем продукте.
Угроза входа на рынок ИТ новых игроков	Средний	Существует риск появления новых конкурентов на мировом рынке, однако высокие барьеры входа для некоторых компании уменьшают данные риски.	Повышать уровень знаний о товаре, получение новых международных стандартов качества.
Оценка угрозы потери потребителя	Средний	Распределение заказов равномерно, крупных заказчиков нет, крупных сделок тоже нет. Спрос на товар эластичен в связи с большим количеством частично дифференцированной продукции	Использовать дифференцированный метод привлечения и работы с клиентами. Информировать клиента о получении новых сертификатов и увеличить издержки на продвижение товара. Проводить анкетирование о качестве продукции. Увеличить объемы сделок с постоянными клиентами путем предоставления оптовых скидок.

Также необходимо рассмотреть перспективные бизнес направления в сегментах ВІ или CRM, используя матрицу McKinsey / General Electric для принятия стратегических решений развития компании на мировом рынке на период с 2015 по 2017гг. На основе анализа привлекательности предложим ряд стратегий расширения ассортимента продукции компании, в зависимости от положения продукта в матрице McKinsey.

Результаты данного анализа по компании ЗАО «ПРОГНОЗ» представлены в форме матрицы (3\*3)(Рис.4)

		<b>конкурентоспособность продукта</b>		
		высокий	средний	низкий
<b>привлекательность сегмента</b>	Высокий			
	Средний (7-4)		CRM	
	низкий	BI		

Рис. 4 Матрица McKinsey/ General Electric компании ЗАО «ПРОГНОЗ».

Так, например, товарная группа BI находится в 7 квадранте, значит, она продается в низко конкурентном сегменте рынка за период 2012-2015г.г. Таким образом, необходимо сократить инвестиции в развитии BI-платформы. Однако корпоративные BI-приложения (CRM) находятся в 5 квадранте, следовательно, данный сегмент рынка в будущем будет перспективным. Таким образом, необходимо детально рассмотреть возможность усиления конкурентных преимуществ приложений-CRM. Также необходимо выбирать ограниченные методы продвижения с максимальной отдачей.

С другой стороны, согласно данным матриц компаний «Ай-Теко» и «Парма-Телеком», им необходимо сбалансировать инвестиции в оба направления и снизить издержки на продвижение, в том числе на рекламу.

Итак, рынку BI- решений присуща монополистическая конкуренция. Также данный сегмент сейчас является одной из динамично развивающихся отраслей, которая в будущем может давать большие преимущества для экономики в целом. Компания ЗАО «PROGNOZ» является одной из тех компаний, которая может конкурировать с международными компаниями. Сейчас она имеет неплохие показатели экономической эффективности, и за последние три года (2011-2014г) серьезно повысила свой рейтинг, среди отечественных поставщиков занимает лидирующие позиции.

Следовательно, компания ЗАО «Прогноз» имеет все шансы повысить свои позиции в рейтинге международных поставщиков BI- решений.

#### Библиографический список

1. Business Intelligence, BI (мировой рынок)// Бизнес-конференция Tadviser. [электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Business\\_Intelligence](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Business_Intelligence). Дата обращения: 26.06.2015
2. Российский рынок ПО бизнес – аналитики показал в 2013 году двузначные темпы роста. [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cnews.ru/news/top/index.shtml?2014/12/18/591038>. Дата обращения: 8.07.2015

3. Самые быстрорастущие ИТ-компании 2013 Tadviser [электронный ресурс].Режим доступа:

[http://www.cnews.ru/reviews/new/2013/review\\_table/afb44a4bb9ef39fe711fefe805ecd4ce43d3667d/](http://www.cnews.ru/reviews/new/2013/review_table/afb44a4bb9ef39fe711fefe805ecd4ce43d3667d/) Дата обращения: 05.07.2015

4. PAC: Global Software and IT Services Market, February 2012. [электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.pac-online.com/pictures/Newsletter/2012/Feb/WW0212\\_02.html](https://www.pac-online.com/pictures/Newsletter/2012/Feb/WW0212_02.html) Дата обращения: 6.07.2015

~ E.A Senik, M.E. Chepurnykh

~ **Assessment of competitiveness of the IT company on the world BI market**

~ **Abstract.** The article investigates the market of BI-solutions as the most growing sub-sector in the IT world. In this study a comparative analysis of the provisions of the domestic companies JSC "Prognos", I-Techo and Parm-Telecom in the global BI market was carried out by analyzing the competitive advantages of a Porters diamond, McKinsey Matrix and ranking "Magic Quadrant" Gartner. Also, according to the correlation-regression analysis of dynamics of revenues the assess of the position of these companies in the BI market was carried out.

~ **Keywords:** The World BI Market, The Porters Diamond , Matrix McKinsey, Magic Quadrant Gartner BI, High-growth firms, exponential growth.

УДК 338

С.М. Сергеев

Санкт-Петербургский государственный торгово-экономический университет, г.Санкт-Петербург, Россия.

## КРОСС-СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ЭНЕРГОЭКОНОМИКЕ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

**Аннотация.** В статье изложены результаты исследований проведенных в Санкт-Петербургском государственном торгово-экономическом университете в рамках деятельности инновационного бизнес-инкубатора и направленных на формирование кросс-системного подхода к управлению расходом энергоресурсов. В качестве основы служит математическая модель, позволяющая не только описать процессы, но и применить методы теории оптимизации и разработать программное обеспечение для эффективного управления инженерным оборудованием.

**Ключевые слова:** энергия, модель, управление, оптимизация.

**Введение.** Во всех передовых странах большое внимание уделяется повышению эффективности использования энергоресурсов. Обзор опыта зарубежных университетов позволил сделать ряд выводов, в первую очередь о том значении, которое играет системный подход к решению данного вопроса.

Внимание к уровню экономии в стенах учебных заведений за последние годы резко усилилось. Это вызвано не только постоянным значительным ростом цен на используемые энергоресурсы и ограниченностью бюджета, но и такими важными составляющими, как перспектива истощения запасов природных ресурсов, требования экологии, интересы будущего общества.

В ряде исследовательских центров проводится большая работа по изысканию резервов сбережения основных видов тепловой, электрической энергии, расхода топлива и других ресурсов [1]. При этом приходится действовать в условиях жестких ограничений на обеспечение комфортных условий для проведения учебного и исследовательского процесса, соблюдения регламента по охране труда и нормативам освещенности, влажности и другим ключевым факторам. Другим предельным условием является бюджет высшего учебного заведения, определяющий лимит средств на решение данной проблемы. Кроме того, принятая Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 321 программа "Энергоэффективность и развитие энергетики" четко определяет направления и уровни снижения абсолютных цифр потребления энергоресурсов. В частности отметим такие пункты как:

- организационные мероприятия по энергосбережению,
- проведение энергетических обследований зданий, сооружений,
- разработка и внедрение энергосберегающих технологий
- контроль потребления тепловой энергии зданиями
- широкая автоматизация
- замена неэффективных, морально устаревших систем и оборудования.

Дело в том, что хотя аналогичные установки действуют во многих развитых странах, общий подход к комплексному формированию стратегии оптимального энергопотребления до сих пор не выявлен. Отсутствует также общепризнанная методика для прогнозирования такой деятельности, необходимая при составлении планов и бюджетов.

Это обусловлено тем, что занимались вопросом в первую очередь практики – энергетики, в то время как здесь необходимо применение более сложных систем не только компьютерного моделирования, но привлечение сложного математического аппарата теории оптимальных систем.

**Постановка задачи.** В рамках деятельности бизнес-инкубатора Санкт-Петербургского государственного торгово-экономического университета проведена исследовательская работа направленная на поиск подходов к решению проблемы энергосбережения в ВУЗе а также разработки научно обоснованной методики планирования расходов на энергетическое обеспечение деятельности учебного заведения.

При формировании постановки задачи были учтены следующие особенности характерные для большинства учебных заведений, независимо от профиля и специфики:

- определен график размещения персонала и обучающихся вперед на полугодие, что закреплено расписанием занятий и учебными планами
- известен количественный состав лиц находящихся в конкретных аудиториях и основные характеристики данных помещений (объем, мощность тепловых и электрических приборов, теплоотдача в окружающую среду и пр.)
- на основе данных прогноза известен характер зависимости температуры окружающего воздуха, светового дня и другие параметры метеорологической обстановки.

Кроме того, учитываются постоянные составляющие расхода энергии такие как наружное освещение, научное оборудование, системы охраны, пожаротушения, оснащение столовой и буфета, инженерных служб. Анализ предполагает наличие приборов регулировки подачи тепловой энергии и устройств поддержания температуры в помещениях, а также датчиков присутствия для управления осветительными приборами.

Интерес представляет тот факт, что программа формирования расписания предлагает на выбор большое количество вариантов, что делает возможным проведение оптимизации.

**Методы.** Математическая модель [2] включает в себя матрицу, описывающую характер изменения температуры в помещениях в промежутке между включением термостатов. Для элементов данной матрицы используются соотношения теплообмена, причем инкрементальная характеристика имеет аппроксимацию вида:  $t_a = K_h + Q * \ln(\gamma * \Delta T)$ , где  $t_a$  – температура в помещении,  $K_h, Q, \gamma$  – коэффициенты отражающие свойства данного объекта,  $\Delta T$  – время после включения отопительных приборов; декремент температуры соответственно описан как  $t_a = K_s + D * \exp(\lambda * \Delta T)$  где  $t_a, \Delta T$  – имеют тот же смысл, а  $K_s, D, \lambda$  – аналогичные коэффициенты отражающие свойства данного объекта после выключения отопительных приборов.

Определение перечисленных параметров  $K_h, Q, \gamma, K_s, D, \lambda$  теоретически может быть выполнено из уравнения теплопроводности, однако, поскольку для задачи оптимизации необходимы не абсолютные значения, а относительные, то проблема упрощается и нужные характеристики можно получить обследованием помещений с помощью временных срезов температур определяемых цифровыми датчиками с последующей обработкой на компьютере.

**Результаты.** На Рис 1 представлены результаты моделирования на компьютере процесса изменения температуры в помещении.

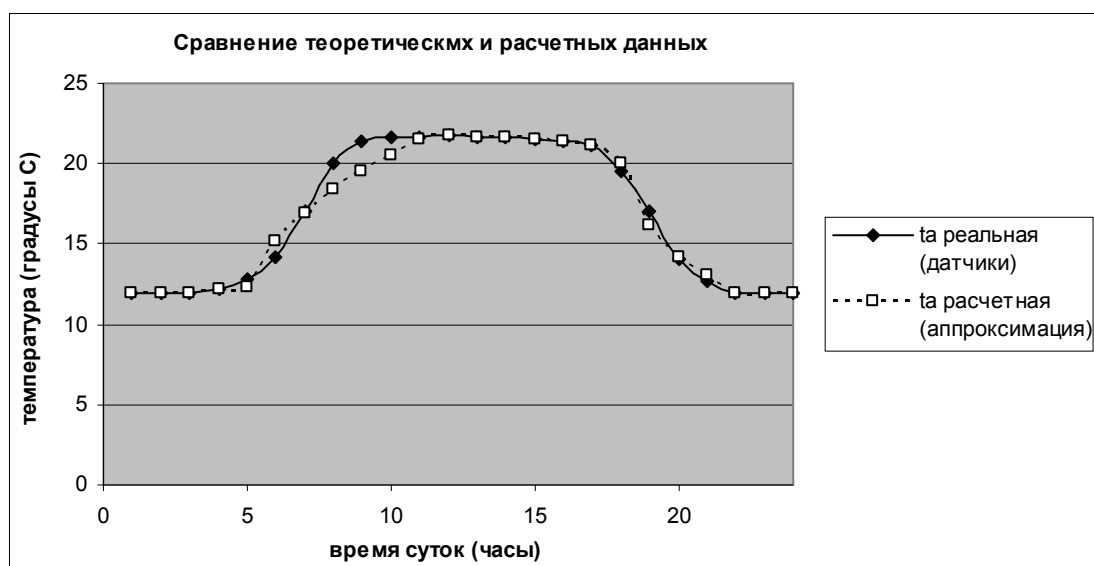


Рис 1. Сравнительная диаграмма по результатам расчета и эксперимента.

Следующим этапом являлось определение коэффициентов сезонного графика температур окружающей среды который раскладывался в ряд Фурье и дает значение средней температуры в течение года, что позволяет, применив аналогичное разложение, но с периодом 24 часа получить график суточного изменения температуры окружающей среды.



Теперь применив методы оптимизации [3] и выбрав критерием минимум функционала затрат энергии выбрать на первом этапе оптимальное распределение учебных занятий из вариантов, предлагаемых программой составления расписания.

Использовался метод поиска, основанный на анализе нелинейных функций. Для этого в установленном пакете свободного программного обеспечения Linux было задействовано офисное приложение LibreOffice с расширением для поиска решений задач оптимизации. Соответственно критерий включал в себя данные матрицы характеристик помещений, зависимости температуры, расписание.

После получения результата, искомые могут быть использованы для автоматического управления регулирующими приборами.

**Заключение.** Проведенные расчеты показали, что даже только на теплоносителях возможно в год сэкономить 14200 Гкал., что в стоимостном выражении оставляет значение порядка 3 млн. руб, что сравнимо с плановыми цифрами программы энергоэффективности [4].

Определение вышеуказанных параметров модели показывает имеющиеся резервы, что дает направление для проведения текущих инженерных работ ведущих к экономии средств и ресурсов.

#### Библиографический список

1. *Сергеев С.М.* Выбор инновационной маркетинговой стратегии предприятий на основе экономико-математического моделирования. // Журнал «Инновации» № 3 (173) 2013 г. С. 116-119.
2. *Сергеев С.М.* Кросс-функциональный менеджмент при стохастическом планировании // Научно-практический журнал "Экономика и менеджмент систем управления", №2.1 / изд. «Научная книга», 2013, с. 177-184.
3. *Сергеев С.М.* Математические модели в задачах управления ритейлерскими сетями // Вестник Тамбовского университета. Серия Естественные и технические науки. Том 17, вып 2, 2012 г. с. 666-668
4. Портал-энерго. <http://portal-energo.ru/> Дата обращения 8.05.2015 г.

~ S.M. Sergeev

~ Cross-systems method of approach to energy economy higher educational institutions

~ **Abstract:** The article presents the results of research carried out in the St. Petersburg State Trade and Economic University in the framework of an innovative business incubator and aimed at creating cross-system approach to the management of energy consumption. The basis is a mathematical model that allows not only to describe the processes, but also to apply the methods of optimization theory and develop software for effective management of engineering equipment.

~ **Keywords:** energy, model, management, optimization.

УДК 616.899

П.В. Соколов

Финансовый университет при Правительстве РФ, Владимир, Россия

## УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ГИБКОСТЬ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ЗАЕМЩИКОВ В СЕКТОРЕ МИКРОФИНАНСИРОВАНИЯ

**Аннотация.** Стратегия управления микрофинансовым институтом строится на согласованном и взаимосвязанном развитии финансовых и нефинансовых аспектов деятельности. Из этого можно заключить, что функции управления объединяют достижение экономического результата и социальной отдачи. Несмотря на позиционную аналогию с банковским кредитованием, микрофинансирование базируется на принципиально иных методологиях. Концептуально эти различия происходят от разноплановой целевой ориентации данных типов финансовых учреждений. Если деятельность банка направлена на достижение успеха в собственном бизнесе, то микрофинансовый институт, как правило, способствует успеху в бизнесе своих клиентов и опосредствованно обеспечивает собственную стабильность. Отсюда – многочисленность процедур и подходов, обуславливающая методологию микрофинансирования. В настоящей работе затронут вопрос качества кредитного портфеля микрофинансовых организаций в разрезе технологий верификации личности, приведены некоторые статистические данные. Сделан вывод о том, что без автоматизации обработки заявок на займы просто нет возможности для развития и масштабирования бизнеса.

**Ключевые слова:** микрофинансирование, микрофинансовая деятельность, микрофинансовые организации, верификация, идентификация, валидация, персональные данные

Несмотря на сравнительно недолгий опыт микрофинансирования в России, разнообразие применяемых отечественными микрофинансовыми институтами стандартов, во многом почерпнутых из Западной практики, сейчас уже можно говорить о систематизации элементов собственной методологии, включающих:

- Методы индивидуального и группового кредитования;
- Формы обеспечения займов;
- Подходы к оценке заемщиков;
- Методы начисления процентных ставок.

Динамичному развитию рынка микрокредитования способствует ужесточившаяся политика банков в вопросах кредитования населения и малого бизнеса, возросшие требования к клиентам и высокий процент отказов при принятии решения о предоставлении кредита. И наоборот – минимальные требования к потенциальным заемщикам со стороны

микрофинансовых организаций, в том числе минимум запрашиваемых документов: достаточно только паспорта, либо паспорта и любого второго документа из списка допускаемых. Вот почему явление и возможность микрофинансирования сегодня приобрело такую актуальность.

Микрофинансирование может стать эффективным инструментом решения финансовых проблем и финансовых трудностей для людей, с которыми отказываются сотрудничать банки. Однако для этого такая категория клиентов должна адекватно взвешивать свои финансовые возможности, а МФО — применять в своей работе передовые скоринговые системы и технологии.

Важнейшей задачей в предотвращении кредитного фрода (подозрение в мошеннических действиях) является идентификация заявителя. Заявка (анкета) может быть составлена безукоризненно, но персональные данные могут быть украдены, а документы — легко подделаны.

Фальсификацию личности разделяют на три типа:

- кража личности, которая заключается в использовании чужих данных;
- фабрикация личности — это использование выдуманных данных;
- персонификация умерших — то есть использование данных умерших людей.

В любом случае, цель одна: оформить заём, получить деньги на руки. Далее ничего не платить, не осуществлять ежемесячные платежи и избежать ответственности за невыплату полученного. Чтобы избежать мошенничества посредством фальсификации личности, используются два процесса, применяемых последовательно: валидация и верификация. Валидация направлена на установление факта, существует ли на самом деле личность, за которую выдает себя потенциальный клиент. То есть, во время валидации выясняется, не было ли фабрикация личности. В процессе верификации микрофинансовая организация должна установить, не произошла ли кража личности, а именно: является ли потенциальный клиент именно тем человеком, за кого себя выдает. В ходе проведённой проверки заявителя, сотрудник службы безопасности микрофинансовой организации может принять решение о выдаче займа, отказе в выдаче займа, либо о необходимости проведения дополнительной очной верификации. Основные цели очной верификации потенциальных заёмщиков заключаются в следующем:

- Установить контакт с заёмщиком, постараться выстроить, наладить с клиентом простые, доступные и понятные отношения;
- Выяснить потребности клиента;
- Оценить моральные характеристики заявителя и его кредитоспособность;

- Разъяснить клиенту требования МФО к выдаче и оформлению займа;
- Озвучить клиенту негативные последствия принудительного (судебного) взыскания в случае несвоевременной оплаты (независимо от причин, повлекших просроченную задолженность) по Договору займа, а также зафиксировать реакцию потенциального клиента на данную информацию;
- Собрать необходимую информацию для создания досье по займу и для последующего анализа;
- Добиться хорошего понимания заёмщика – это очень важный аспект для принятия безошибочного решения о кредитовании или невыдачи займа и лучшего управления кредитными рисками.

Методика оценки заемщиков МФО по своей технологии мало чем отличается от банковской методики. Для проверки надежности и составления картины жизни клиентов МФО необходимо знать те же данные, что и банку: сотрудники фиксируют, в первую очередь, ФИО потенциального заёмщика, далее - адрес регистрации и проживания, семейное положение, уровень образования, возраст, общий трудовой стаж, стаж на последнем месте работы, адрес места работы и рабочий телефон, уровень заработной платы, и многое другое. Отличие от банковского скоринга состоит в том, что для микрофинансовых организаций снижены планки предельно допустимых норм по пунктам андеррайтинга. К примеру, планка требуемого дохода и трудового стажа заемщика. В банке необходимо, чтобы стаж потенциального заёмщика на последнем месте работы составлял не менее 6 месяцев, в МФО – не менее 3 месяцев. В некоторых МФО работа построена так, что менеджер компании даже приходит домой к потенциальному заемщику. Цель встречи дома у клиента: выдача займов без риска. Решение о выдаче займа основывается на выводах, которые делает менеджер во время посещения потенциального клиента. Обращается особое внимание на внешний вид, вменяемость и адекватность клиента. Выявляется наличие признаков алкогольной или наркотической зависимости. Несмотря на относительно мягкие требования к клиентам, нет смысла заниматься бездумным наращиванием портфеля займов. Крайне важен и подход к оценке рисков, и действия по выявлению обмана и предотвращению фактов мошенничества со стороны клиентов.

Стандартными формами обеспечения займов являются различные виды залогов, однако применение в разрезе деятельности МФО банковской логики обеспечения залогами негативно скажется на доступности и оперативности получения финансовых услуг для большинства клиентов. Предприниматели, образующие целевую группу клиентов микрофинансовых компаний, как правило, не обладают

ликвидными залогами, либо возможностями предоставить иные формы обеспечения займов. С другой стороны, процедура истребования залогов связана со значительными судебными издержками, что приводит к непозволительному для большинства микрофинансовых компаний росту операционных расходов. Поэтому в качестве основной формы обеспечения займов концептуально выступает сам бизнес заемщика, либо уже имеющееся у заемщика автотранспортное средство, не являющееся залогом в любых других финансово-кредитных учреждениях. Тщательное исследование состояния бизнеса, фактически сложившихся финансовых потоков, деловой репутации заемщика на стадии рассмотрения заявки на предоставление займа, прогнозирование движения денежных средств и платежных возможностей заемщика с учетом вновь возникающих обязательств, являются достаточно объективными факторами состоятельности заемщика. При удовлетворительном характере этих показателей в залог могут быть приняты даже неликвидные объекты, но используемые в деловом обороте заемщика и обеспечивающие его бизнес. Таким образом, физический смысл залога несколько замещается психологическим страхом потерять имущество или активы, значимые для данного бизнеса. Условность такого подхода вполне очевидна, но на практике он оказывается особенно действенным и иногда единственно возможным.

Основные виды мошенничеств, которые выявляют автоматизированные системы, связаны с паспортными и контактными данными. При регистрации пользователя в системе используется привязка к серии и номеру паспорта, номеру мобильного телефона и e-mail, адресу электронной почты, которые уникальны для каждого клиента. Поиск по множественным признакам - одно из преимуществ автоматизированных систем: ФИО, номер рабочего телефона, номер мобильного телефона, адрес регистрации или фактического проживания, серия и номер паспорта и т.д. Так, например, мошенники могут воспользоваться чужими персональными данными, но будут указывать один и тот же номер мобильного или рабочего телефона. Пометка о мошенничестве будет принадлежать только общему признаку в заявках - мобильному телефону (или рабочему), по которому и можно выявить неблагонадежную заявку.

Естественно, вывод напрашивается сам: автоматизация существенно улучшает качество кредитного портфеля за счет совершенствования процесса обработки, автоматизированных проверок, которые невозможно качественно выполнить вручную, и применения методов математического моделирования, например, таких, как скоринговые модели. Процедуры оформлений и выдачи займов крупной МФО не смогли бы работать эффективно без автоматизации, учитывая тот факт, что ежедневно

приходится обрабатывать несколько тысяч заявок на предоставление займов.

Наработанная годами практика показывает, что гибкий подход к проверке потенциального заёмщика МФО обеспечивает скорость, быстроту, удобство и комфорт для клиентов.

После анализа информации, предоставленной МФО из бюро кредитных историй, были выявлены определенные особенности поведения заемщиков, которые кредитуются МФО и обычными банками. Обычно те заемщики, которым отказали банки, обращаются в МФО и получают желаемые ссуды. В связи с этим скоринг для МФО учитывает просрочки, которые были допущены в прошлом заемщиками, по-иному, чем в банковских скорингах. МФО выбирает лучших клиентов из худших, то есть заемщиков, у которых имели место значительные просрочки в прошлом, но они будут погашать долг. Поэтому такой скоринг характеризуется совершенно иной спецификой работы, чем обычный банковский.

Клиентами МФО являются не только заемщики с испорченной кредитной историей или люди с достатком ниже среднего. В МФО обращаются клиенты, которые просто боятся или даже стесняются брать кредиты в банках, ссылаясь на то, что банки считаются прерогативой богатых, состоятельных, учитывая дорогие ремонты отделений коммерческих банков, усложненную процедуру входа по картам в отделение банков, и т.д. Однако подавляющее количество клиентов МФО – это заемщики, у которых были в прошлом проблемы с банковскими кредитами в виде несоблюдения графика платежей, нарушения сроков внесения ежемесячных платежей. Необходимо помнить, что целью заемщика является получение необходимой суммы денежных средств, и в данном случае название компании, в которой будут получены деньги, человека практически не интересует. Банк это или МФО – для него, как правило, тоже уже значения не имеет.

#### Библиографический список

1. Федеральный закон от 21 декабря 2013 г. № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)»;
2. Федеральный закон от 02 июля 2010 г. №151-ФЗ « О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях»;
3. Михаил Дьяков, публикация «Знатоки кредитных историй», Banki.ru;
4. Евгения Носкова, публикация «Робот против мошенника», «Российская Бизнес-газета» №946 (17) от 06.05.2014г.;
5. Наталья Марина, публикация «Перехватить до зарплаты. Каковы правила игры в секторе микрофинансирования?», Еженедельник «Аргументы и факты» № 16 от 16.04.2014г.

6. С.В. Криворучко, М.А. Абрамова, М.В. Мамута, О.С. Тенетник, И.Е. Шакер «Микрофинансирование в России», Москва, 2013 г.

7. Мамута М.В. Микрофинансирование: новые возможности финансово-кредитной системы. Анализируя опыт Грамин-банка. Москва, 2009г.

P.V.Sokolov

#### MANAGERIAL FLEXIBILITY METHODS OF EVALUATION BORROWERS IN THE MICROFINANCE SECTOR

**Abstract.** Strategy of management by the microfinance institution is based on a consistent and interrelated development of financial and non-financial components of activity. Thus, control functions combine the achievement of the economic and social impact. Despite positional similarity with Bank lending microfinance is based on fundamentally different methodologies. Conceptually, these differences stem from different target orientation of these types of financial institutions. If the Bank's activity is aimed at achieving success in their own businesses, microfinance institution contributes to the business success of its clients and, indirectly, provides its own stability. Hence the multiplicity of approaches and procedures that define the methodology of microfinance. In this paper discussed the aspect of the quality of the credit portfolio of microfinance organizations in the context of technology identity verification provided some statistical data. The conclusion is that without automation of processing of applications for loans is simply impossible to develop and scale business.

**Keywords:** *microfinance, microfinancing, microfinance activities, microfinance organization, verification, identification, validation, personal data*

УДК 339.9

С.В. Степанова

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки  
Институт экономики Карельского научного центра РАН

## РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ НА РУБЕЖЕ XX-XXI ВВ.: ОБЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ И ОСОБЕННОСТИ

**Аннотация.** В статье рассматриваются общие тенденции и особенности развития международного туризма в России на рубеже XX-XXI вв. Обосновано, что под влиянием глобализации и интеграционных процессов в мировом сообществе в государстве значительно изменились объемы и направления въездного и выездного потоков. Представлена динамика мобильности граждан за период 1985-2014 гг. Выявлены тенденции развития мобильности граждан между Польшей, Финляндией, КНР, Германией и Россией

**Ключевые слова.** Международный туризм, мобильность граждан, выездной и въездной потоки

Рост международной туристской мобильности граждан (например, туристских прибытий в 5,5 раза за период 1970-2010 гг.) [2], обусловленный повышением производительности труда, усовершенствованием коммуникаций, повышением жизненного уровня и уровня образования населения представляется в качестве одного из типичных проявлений современности, становясь нормой и потребностью современной жизни, обуславливая актуальность научных исследований, посвященных развитию международного туризма. В последние годы наблюдается увеличение числа работ российских и зарубежных ученых-экономистов, географов, демографов раскрывающих теоретические и практические аспекты схожести и сопоставления процессов туризма, мобильности и миграции граждан в мировом сообществе [3, 4, 6, 7].

Российская Федерация относительно недавно начала интегрироваться в мировое экономическое пространство, процесс которого неизбежно сопровождается повышением мобильности граждан, в том числе и туристской. В российской практике на развитие международного туризма наряду с современными общемировыми тенденциями глобализации, усилением интеграционных процессов существенное влияние оказали трансформация социально-экономического пространства государства и изменение геополитического положения страны на мировой арене на рубеже XX-XXI вв. Кардинальные изменения, произошедшие в развитии туризма (как на национальном уровне, так и на уровне отдельного человека), материализуются в динамике объемов и направлений выездного и въездного



потоков. Исследование международного туризма в России (СССР) в ретроспективном аспекте позволяет выявить ряд общих тенденций и особенностей его развития за период 1985-2014 гг.

Основы развития международного туризма в СССР во многом определялись господствующей в стране идеологией и проводимой политикой, результатом реализации которой (с формированием к к. 20-х гг. XX в. «железного занавеса») стало ограничение перемещения между Советским государством и другими странами мира (исключение социалистические страны). Вследствие этого за рубеж выезжало достаточно ограниченное число советских граждан, которых в основном представляли дипломаты, люди, уезжающие по частным приглашениям к родственникам и друзьям, оставшимся за рубежом по разным причинам, и ограниченное число людей, выезжающих в составе туристских групп (в основном в социалистические страны). Аналогичная ситуация наблюдалась во въездном потоке: в СССР прибывало ограниченное число иностранных граждан, около 80% которых прибывало в составе организованных туристских групп [19].

Ослабление международной напряженности, развитие мирового туристского движения и развитие культурно-экономических контактов к. 50-х - нач. 60-х гг. XX в. положили начало расширению международных туристских связей СССР. В качестве организаций занимавшегося обслуживанием всех иностранных туристов и выезжающих за рубеж советских граждан следует указать «Интурист» (наличие в подчинении гостиниц, баз отдыха, транспорта, услуг гидов; 32 представительства за рубежом), Бюро международного молодежного туризма «Спутник» (крупнейшая молодежная туристская организация мира). В 1958 г в Центральном Совете по туризму учреждается отдел по международному туризму, в 1964 г. образовано Управление по иностранному туризму при Совете Министров СССР (с 1969 г. Главное управление по иностранному туризму — ГУИТ при Совете Министров СССР; с 1983 г. Государственный Комитет СССР по иностранному туризму) - структура, которая отвечала за управление «Интуриста» (единственная коммерческая организация в системе Управления) [16, 20, 21]. Согласно Постановлению в Постановлении ЦК КПСС, Совета Министров СССР и ВЦСПС (1969 г.) «О мерах по дальнейшему развитию туризма и экскурсиям в стране» в развитии советского туризма присутствовало значительное число недостатков, к числу которых следует отнести: недостаточность «внимания к повышению культуры и обслуживания туристов», «малое количество туристско-экскурсионных учреждений в отдельных районах страны», неполное «использование возможности организации путешествий на поездах, автобусах, речных и морских судах», «недостатки в подборе и подготовке квалифицированных туристско-экскурсионных кадров» [21]. Вместе с тем Советское государство представлялось притягательной туристской дестинацией, обладающей уникальным туристско-рекреационным потенциалом, что подтверждалось положительной динамикой числа туристских прибытий.

Так, если в середине 50-х гг. XX в. объем выездного и въездного туристских потоков был сопоставим (около 0,5 млн. чел.), к 1975 г. показатели возросли до 2,5 млн. чел. и 3,7 млн. чел., или рост в 5 раз и более чем в 7 раз соответственно. За период 1956-1985 гг. СССР посетили более 70 мл. иностранных граждан из 162 стран мира [21] (доминирующая доля иностранных граждан прибывала из социалистических стран). Из капиталистических стран лидирующую позицию занимала Финляндия, туристы которой составляли более половины всех туристов этих государств. Иностранцам посетителям в к. 80-х гг. XX в. предлагалось более 500 маршрутов по Советскому Союзу, «открытыми» для их посещения были 150 городов. Наибольший интерес у иностранных посетителей (60-70%) вызывали история и культура СССР, деловые поездки составляли незначительную долю [21].

В качестве особенностей организации выездного туризма в Советском Союзе следует выделить лимитирование числа туристских поездок, наличие определенной процедуры оформления, рассмотрения, согласования документов, выезжающих за рубеж советских граждан, участие в поездке специально подобранного руководителя с обязательным предоставлением итогового отчета. Аналогично, доминирующая доля совершенных советскими гражданами поездок за рубеж совершалась в социалистические страны (разработано около 200 маршрутов).

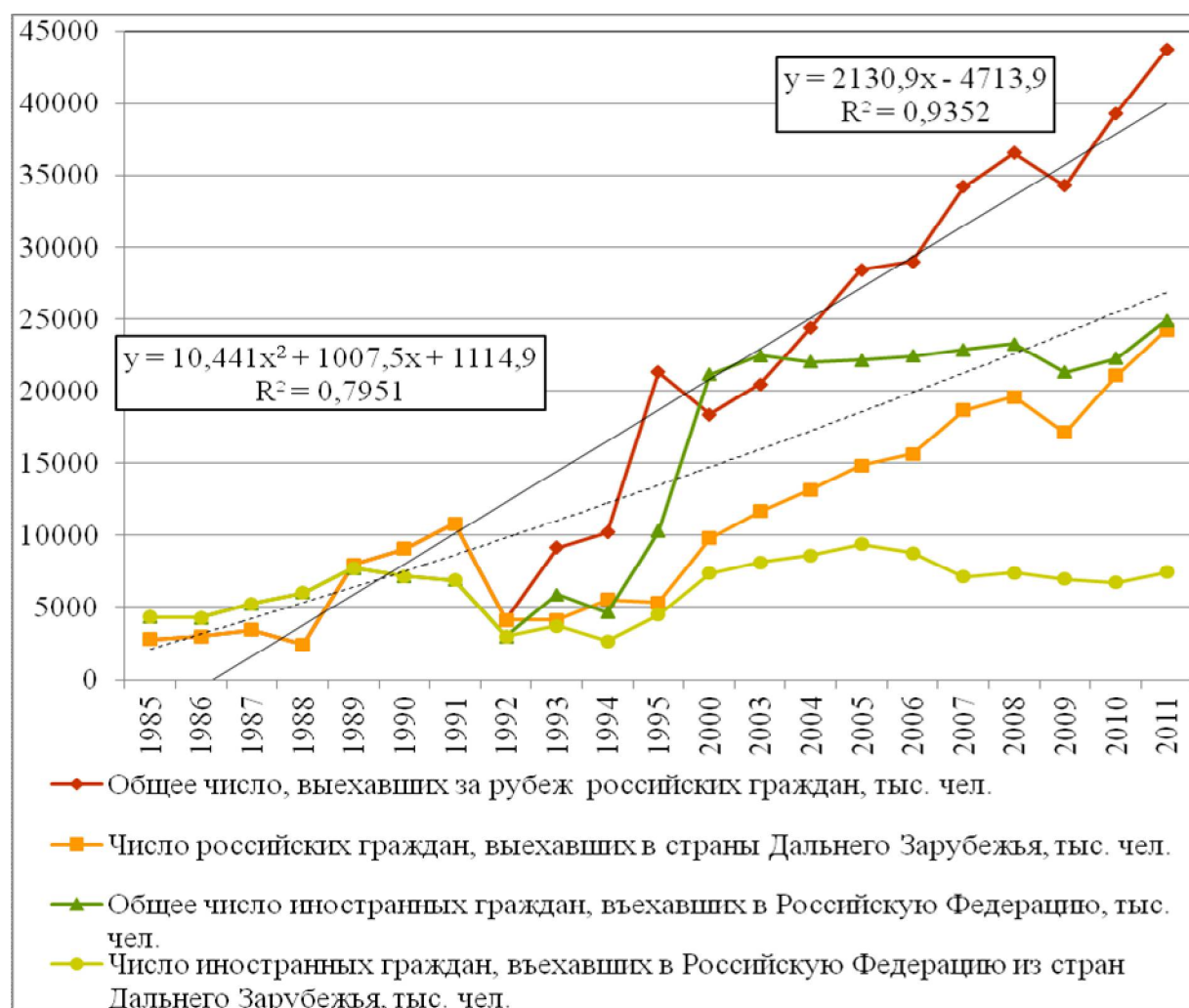
Период проведения реформ и внедрения новой идеологии советского партийного руководства в эпоху Перестройки 1985-1991 гг., послуживших изменению экономической и политической структуры государства, открыли новые возможности посещения зарубежных стран советским гражданам. За семь лет рост численности выехавших за границу граждан произошел почти в 4 раза, рост въездного потока в 1,5 раза (в 1991 г. число совершенных поездок составляло около 10 млн. и 7 млн. соответственно) [19].

С распадом СССР социально-экономические преобразования в государстве, глобализационные тенденции и интеграционные процессы в мировом сообществе существенным образом изменили концептуальные подходы к развитию международного туризма в России. Изменения в первую очередь затронули:

- свободу перемещения российских граждан между государствами (включая выбор страны и цель ее посещения);
- появление новых возможностей самостоятельной организации туристской поездки (самостоятельное бронирование мест размещения, экскурсионных программ, пр.);
- изменение системы формирования и реализации туристского продукта (в настоящее время отсутствует государственная монополия на оказание международных туристских услуг, на туристском рынке функционируют частные компании);

– изменение уровня требований туристов к качеству предоставляемых туристских услуг.

В этот период открытие внешних границ, упрощение визового режима, открытие международных пунктов пропуска сыграло положительную роль в генерации туристских потоков из-за рубежа [17]. Так, например, с открытием в 1991 г для захода иностранных судов. порта Калининград (закрытого военного региона, основной базы Балтийского флота) резко возросло число немецких туристов (в основном «ностальгических»): в 1992 г. регион посетили 40 тыс. немецких туристов, в 1993 г — 100 тыс. (это максимальный показатель), в последующем число немецких туристов сократилось [22].



\* - составлено на основе данных источников [13, 14]

\*\* - без учета граждан, выехавших на постоянное место жительства

Рис. 1. Динамика выездного и въездного потоков Российского (Советского) государства за период 1985-2011 гг.

Более детальное исследование позволяет выявить тенденцию роста показателей мобильности граждан за период 1985-2014 гг. в разрезе въездного (в 5,7 раза) и выездного (более, чем в 15 раз) потоков. Так,

динамики выездного потока за период 1985-2011 гг. выявляет устойчивую тенденцию роста интереса российских (советских) граждан к посещению иностранных государств, моделируемую с достаточной степенью точности ( $R^2 = 0,935$ ) линейной зависимостью (Рис. 1.).

При этом следует учитывать, что показатели отражают число совершенных поездок и, следовательно, один человек может совершить несколько поездок в год. Фиксируемые снижения показателя в отдельные годы не нарушают общего тренда, поскольку сокращение показателя в одном году полностью компенсируется (или практически компенсируется) в последующем. Рост числа прибытий иностранных граждан на территорию России за период 1970-2014 гг. произошел в 12 раз.

В целом, динамика выездного потока российских (советских) граждан за рубеж и выездного потока в страны Дальнего Зарубежья, равно как и динамика въездного потока иностранных граждан на территорию государства и потока из стран Дальнего Зарубежья имеют общие тенденции и повторяют друг друга, хотя и имеют свои особенности. Выделение показателей по странам Дальнего Зарубежья из стран мира стало осуществляться, начиная с 1993 г., что обуславливается статистическим учетом и социально-экономическими преобразованиями, произошедшими в государстве. При этом следует учитывать, что в к. 80-х гг. XX в. въездной поток на территорию государства формировался в основном за счет иностранных посетителей, прибывающих на территорию Советского Союза из социалистических стран (около 70%).

Исследование соотношения общего выездного и въездного потоков позволяет выявить, что большую часть исследуемого периода численность выездного потока превышает численность въездного (максимум в 2,2 раза в 1994 г.), за исключением 1985-1988 гг. (максимум в 2,5 раза в 1988 г.) и 2000-2003 гг. К 2014 г. численность выехавших за рубеж российских граждан превышает численность иностранных граждан, въезжающих на территорию России более чем на 13 млн. чел. [19].

Особый интерес представляет исследование географии выездного и въездного потоков на рубеже XX-XXI вв., когда с социально-экономическими и политическими преобразованиями в государстве и процессами, происходящими в мировом обществе, у российских граждан появилась реальная возможность «беспрепятственного» знакомства и посещения территорий зарубежных государств, в т.ч. стран Дальнего Зарубежья. Рассмотрение выездного и въездного потоков в разрезе стран Дальнего Зарубежья за исследуемый период позволяет выделить некоторые особенности их формирования [18, 19]:

– наиболее предпочтительными для посещения за исследуемый период времени являются четыре государства: Германия, Китай, Польша и Финляндия, принимающих пятую часть всех выезжающих за рубеж

российских (советских) граждан. Доля совокупно принимаемых ими российских (советских) граждан от выездного потока россиян в страны Дальнего Зарубежья составляет в среднем около трети (35%, минимальное значение 25% в 1985 г.), при увеличении численности потока за исследуемый период в 12 раз.

– около половины въездного потока из стран Дальнего Зарубежья на территорию России (СССР) формирует за счет тех же четырех государств (минимальное значение 40% в 1985 г. и 2005 г., максимальное - 59% в 1995 г.). При этом доля иностранных граждан данных стран в общем въездном потоке составляет около трети (27%);

– с 2000 г. наблюдается тенденция «насыщения» въездного потока (объем въездного потока на уровне более 22 млн. чел., для стран Дальнего Зарубежья - более 7 млн. чел.).

Принимая во внимание вышеизложенные тенденции и особенности формирования въездного и выездного потоков можно предположить следующие сценарии развития взаимодействия между РФ и государствами. Высокие показатели посещения российскими гражданами территории Финляндии обуславливаются выгодным экономико-географическим расположением государства (самая протяженная государственная граница РФ со странами ЕС), развитием сотрудничества в различных сферах деятельности, общностью культуры, быта, традиций народов приграничных регионов. В сфере туристских обменов между Финляндией и Россией преобладают шоп-туры россиян в Финляндию и развлекательные поездки финнов [8]. При этом российские туристы представляют собой самую многочисленную группу иностранных посетителей Финляндии, въезжающих в страну с туристскими целями [5]. Вместе с тем Финляндии отводится двойственная роль, учитывая значительный рост интереса российских граждан в посещении страны при сокращении доли финских посетителей. Особое значение в развитии международной мобильности на границе РФ и Польши сыграло Соглашение по безвизовому режиму пересечения границы, заключенное национальными правительствами в нач. 90-х гг. XX в., (действовало до 2003 г.), предоставляющее населению приграничных регионов право свободного пересечения границы, иногда по несколько раз в сутки [23]. Польша, стремясь к укреплению своих позиций в развитии бизнеса и международного туризма, активно действует в направлении интенсификации модели малого приграничного движения (наиболее активна из всех стран ЕС), основной целью которого, фактически не скрываемой польской стороной, является развитие депрессивных восточных воеводств путём инвестирования в развитие приграничного предпринимательства [9]. Подписание Соглашения о местном приграничном передвижении между Калининградской областью РФ и

северными воеводствами Польши (14.12.2011 г., Москва) открыло перспективы для выстраивания нового формата сотрудничества не только между соседними регионами двух государств, но и в целом между Россией и ЕС [11, 12], способствуя росту числа шопинг-туристов на территорию сопредельного государства [1]. Так для жителей России, наряду как и граждан Украины и Республики Беларусь шопинг-туризм является основной причиной (около 30%) посещения Польши. Особенно следует подчеркнуть успех польских туроператоров во внедрении в туристический рынок Калининградского региона [9]. Так, за период 2005-2012 гг. увеличение выездного туристского потока россиян в Польшу составило 2,4 раза, в то время как въездной поток польских туристов сократился более, чем в два раза [17].

Динамика показателей показывает, что данная тенденция будет усиливаться. Развитие взаимодействия между РФ и Германией, РФ и КНР основывается на прочном фундаменте нормативно-правовой базы партнерства, включающей в себя значительный массив долгосрочных межгосударственных соглашений, а также принятие мер не только на уровне правительств обеих стран, но и общественных организаций и объединений [10, 15]. Устойчивая динамика роста количественных показателей, увеличение доли граждан стран-лидеров во въездном потоке РФ при сохранении доли россиян подтверждают, что роль Китая и Германии с каждым годом возрастает.

В заключении следует сказать, что в условиях общемировых глобализационных тенденций и интеграционных процессов в мировом сообществе, трансформации социально-экономического пространства России, на рубеже XX-XXI вв. произошли существенные изменения в развитии международного туризма, как на уровне государства, так и на уровне отдельной личности. Изменения в первую очередь затронули свободу перемещения российских граждан между государствами, появления новых возможностей выбора мест отдыха, упрощения въезда иностранных граждан на территорию государства, изменения структуры организации международного туризма в стране, отразившись в динамике и направлениях въездного и выездного потоков.

#### **Библиографический список**

1. Bar-Kolielis D., Wiskulski T. Cross-border shopping at polish borders tri-city and the russian tourists // *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 2012. Year V no.1, vol. 9, P. 43-51
2. Dudas A.I. The evolution of international tourist lows between years 1970–2010 // *Fascucula: Ecotoxicologie, Zootehnie și Tehnologii de Industrie Alimentară*. 2012. P. 59–62.
3. Hall C. Michael Reconsidering the Geography of Tourism and Contemporary Mobility // *Geographical Research*. 2005. June 43 (2). P. 125–139.
4. Leitão N.C., S h a h b a z M. Migration and Tourism Demand // *Theoretical and Applied Economics*. 2012. Vol. XIX. № 2 (567). P. 39–48.

5. Miettinen E. Border areas as tourist destination for Russian travellers : russian tourists in Finland // Pearls of the coniferous forest. 20th anniversary of North Karelia Biosphere Reserve. October 30–November 2, 2012. Finland, Joensuu, P. 86-87
6. Rode, Nicolas Clemens Wilhelm. The Tourism-Migration Nexus: Towards a Theory of Global Human Mobility, 2008. Theses and dissertations. Paper 102.
7. Williams A.M., Hall C. Michael Tourism, Migration, Circulation and Mobility: the Contingencies of Time and Place // Williams A. M., Hall C. Michael Tourism and Migration – New Relationships Between Production and Consumption. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 2002
8. Бляхер Л. Диалог через границу: региональные варианты кросскультурного экономического взаимодействия // Вестник Евразии, 2003. №4. С. 93-112
9. Кретинин, Г., Осташкова Т. Малое приграничное движение как предмет исторического исследования и современность // Acta humanitarica universitatis Saulensis, 2012. Т. 14. с 314–321
10. Мирошниченко О.В., Понкратова Л.А. Международные туристские миграции как фактор интеграционных процессов между регионами Китая и России // Управление экономическими системами: Электронный научный журнал. 2011. № 32.
11. О малом приграничном передвижении между РФ и Польшей. Электронный ресурс. URL: <http://www.riss.ru/actions/2094-o-alom-prigranichnom-peredvizhenii-mezhdupolshej#.UrlOodJdUqM>
12. Официальный сайт Генерального Консульства Республики Польши в Калининграде. Электронный ресурс. URL: [http://kaliningrad.msz.gov.pl/ru/p/kaliningrad\\_ru\\_k\\_ru/](http://kaliningrad.msz.gov.pl/ru/p/kaliningrad_ru_k_ru/)
13. Официальный сайт Федерального агентства по туризму [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/>
14. Папирян Г.А. Международные экономические отношения. Экономика туризма [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http://tourlib.net/books\\_tourism/EkonTur8.htm](http://tourlib.net/books_tourism/EkonTur8.htm)
15. Сахарчук Е.С. Некоторые аспекты кросскультурных отношений между народами России и Германии и их влияние на потенциальный въезд гостей из ФРГ в РФ // Современные проблемы сервиса и туризма. 2007. № 1. С. 38–45.
16. СССР. Туризм Большая советская энциклопедия. туризма [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/129099/%D0%A1%D0%A1%D0%A1%D0%A0>
17. Степанова С.В. Приграничный туризм на северо-западе Российской Федерации: общие тенденции и особенности развития // Балтийский регион. 2014. № 3 (21). С. 132—144
18. Степанова С.В. Страны-лидеры дальнего зарубежья по формированию выездного и въездного потоков Российской Федерации в нач. XXI в. // Ученые записки Петрозаводского государственного университета № 1 (138). Февраль, 2014, С. 99-103
19. Степанова С.В., Шишкин А. И. Формирование выездного и въездного туристических потоков в условиях трансформации социально-экономического пространства Российского государства на рубеже XX–XXI веков // Экономика и управление. 2013. № 6 (92). С. 24–29
20. Туризм в СССР: организационная структура системы туризма и международных обменов во второй половине XX века туризма [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.hotel-lh.ru/news-turizm/turizm-v-sssr-organizatsionnaya-struktura-sistemyi-turizma-i-mezhdunarodnyih-obmenov-vo-vtoroy-polovine-xx-veka.html>

21. Туристско-экскурсионное дело в СССР ч. 2. туризма [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.kukiani.ru/index.php?page=content&subpage=s&r=12&p=41&s=167#1>
22. Федоров Г.М., Городков М.А., Жуковский И.И. Роль Калининградской области в развитии российско-германских связей //Балтийский регион, 2011. Выпуск № 4 (10). С. 41-48
23. Шильберг З. Приграничное сотрудничество Калининградской области РФ с Литвой и Польшей: препятствия и возможности // Балтийский регион, 2009. №2. С. 129-135

Sv. V. Stepanova

**The development of international tourism in Russia at the turn of XX-XXI centuries: general trends and features**

**Abstract.** The paper discusses general trends and features of the development of international tourism in Russia at the turn of XX-XXI centuries. It is proven that the influence of globalization and modern integration processes on the world community development together with transformations in Russian socio-economic space have changed the volumes and directions of outbound and inbound flows. This article examines dynamics of citizens' mobility during 1985-2014. It is revealed existing trends of citizens' mobility between Poland, Finland, China, Germany and Russia.

**Keywords.** international tourism, outbound flow, inbound flow, mobility,

**УДК 338.439.053**

**М. В. Сулейманова**

Санкт-Петербургский университет государственной противопожарной службы МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

**СОСТОЯНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ  
РОССИИ**

**Аннотация:** в статье рассмотрено современное состояние продовольственной безопасности Российской Федерации. Дано описание причин, приведших к неполной самообеспеченности России продуктами питания. Показано, что инструментом решения сложившихся проблем может быть государственно-частное партнерство

**Ключевые слова:** продовольственная безопасность, государственно-частное партнерство

Управление обеспечением продовольственной безопасности Российской Федерации регламентируется «Доктриной продовольственной безопасности



Российской Федерации», принятой в 2010 г. [5]. Пороговые значения обеспеченности нашей страны ключевыми продуктами питания в соответствии с этой доктриной приведены в табл. 1. Отметим, что существует еще один документ, связанный с обеспечением продовольственной безопасности Российской Федерации – «Концепция повышения продовольственной безопасности государств-участников СНГ» [10], однако для нашей страны он имеет второстепенное значение, в том числе и потому, что отношения государств в составе СНГ достаточно сложны, и в настоящее время Россия заинтересована в первую очередь в развитии Таможенного Союза.

В настоящее время степень продовольственной безопасности России по различным оценкам невелика (как по доле собственного производства в общем объеме потребляемых продуктов, так и по объему и составу потребляемого продовольствия по сравнению с рациональными нормами), что обуславливается рядом неблагоприятных факторов, в числе которых можно назвать:

- экономические реформы, которыми сопровождался переход от плановой к рыночной экономики, привели к развалу социалистической системы сельскохозяйственного производства без ее адекватного замещения системой сельского хозяйства, основанной на рыночном механизме. Проявлением этого развала стал, в частности, разрыв старых производственных связей, ликвидация и перепрофилирование ряда сельскохозяйственных предприятий и предприятий пищевой промышленности, ликвидация предприятий смежных и поддерживающих отраслей (производство семян), значительное снижение активности организаций, обеспечивающих научное обслуживание агропромышленного комплекса, и т. д., при этом отдельные частные успехи, такие, как увеличение производительности сельскохозяйственных активов, компенсировать уменьшение этих активов не может. Частным примером, иллюстрирующим глубину этой проблемы, может быть тот факт, что за период 1990-2012 г. поголовье молочного стада сократилось по России в целом в 4,1 раза (в Краснодарском крае – в 3,2 раза), при этом молочная продуктивность выросла только в 1,5 раза. Очевидно, что прирост производительности не может возместить снижение численности, что стало одной из причин зависимости России от поставок молока из-за рубежа [Бурса 2014, с. 38];

- низкая рентабельность сельскохозяйственного производства препятствует его устойчивому развитию. Например, за период 1990-2012 г. рентабельность производства молока по России в целом снизилась с 32% до 16%, а в Краснодарском крае – с 50% до 18% [3, с. 38]. Это делает отрасль непривлекательной для инвесторов и кредиторов и не позволяет обновлять основные фонды, что, в свою очередь, ведет к высокому износу производственных мощностей и закрепляет технологическую отсталость;

- сложность получения доступа к долгосрочному недорогому финансированию, вследствие чего в первую очередь развивались те подотрасли сельского хозяйства, которые характеризуются малой продолжительностью производственного цикла. Примером могут быть выращивание зерновых, производство растительного масла и сахара, мясное птицеводство, в меньшей степени – свиноводство, тогда как, например, садоводство и разведение крупного рогатого скота для производства говядины практически не развивались, и в соответствующих подотраслях доминируют импортные поставки, причем формировалась устойчивая тенденция нехватки собственных ресурсов для развития предприятий этих подотраслей [6];

- низкий уровень доходов лиц, занятых в сельском хозяйстве, и низкая престижность соответствующих профессий, что приводит к вымыванию рабочих рук из села;

- возможности более экономически эффективного использования сельскохозяйственных земель. В первую очередь речь идет о территориях, расположенных поблизости от крупных городов – эти земли массово выводятся из категории сельскохозяйственных и используются для жилищной застройки;

- падение среднего душевого дохода населения нашей страны за период после 1991 г. (хотя в течение 2000-х гг. ситуация постепенно улучшалась, однако резкая девальвация, произошедшая в декабре 2014 г., в определенной степени свела на нет имевшиеся достижения и стала причиной заметного снижения уровня реальных доходов граждан), вследствие чего у жителей нашей страны нет достаточных финансовых ресурсов для получения доступа к продовольствию;

- высокая доля иностранных собственников среди владельцев предприятий агропромышленного комплекса, причем в отдельных отраслях можно говорить о доминировании иностранцев. Примером может молочная промышленность, лидеры которой – компании «Вимм-Билль-Дан» и «Юнимилк» - принадлежат иностранным владельцам (PepsiCo (США) и Danone (Франция) соответственно) [9]. Особые опасения вызывает тот факт, что среди иностранных собственников действующих в России сельскохозяйственных и пищевых предприятий преобладают представители государств, в настоящее время выступающих с враждебных по отношению к нашей стране позиций [17];

- нехватка инфраструктуры для хранения, транспортировки и распределения продуктов питания, вследствие чего затруднены межрегиональные (и даже внутрирегиональные) поставки продовольствия [12, 13]. Сюда же можно отнести недостаточно высокий технологический уровень этой инфраструктуры, что приводит к значительным потерям продовольствия при хранении;

- за годы реформ произошло значительное снижение биологической полноценности и безопасности пищевого сырья и готовых продуктов питания. В работе [8, с. 10] приводятся следующие данные: доля брака в импортируемых продуктах питания по колбасным изделиям составляет приблизительно 60%, по мясным консервам – 50%, молочным продуктам – 80%, кофе и чаю – 50%, детскому питанию – 80%. Очевидно, что такие показатели брака создают угрозу не только продовольственной, но и демографической безопасности нашей страны, препятствуя формированию человеческого капитала. Эти выводы подтверждены свежими результатами исследований специалистов Санкт-Петербургского государственного торгово-экономического университета, которые выявили несоответствие установленным требованиям ряда образцов таких продуктов, как чай черный байховый, говяжьих сардельки и соленая рыбная продукция, представленных в розничных торговых сетях [2, 4, 18].

Ниже представлена информация о степени достижения продовольственной безопасности России за период 2000-2010 гг. по основным продуктам питания (табл. 1). Пороговое значение в этой и последующих таблицах указано в соответствии с доктриной достижения продовольственной безопасности России [5].

Табл. 1. Уровень самообеспечения России основной сельскохозяйственной продукцией, %  
(составлено автором по данным [1, 17])

	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2010 г.	Пороговое значение
Зерно	95,9	117,5	114,2	125,0	118,7	122,4	95
Мясо	69,1	62,0	62,8	64,9	66,6	72,4	85
Молоко	88,6	82,3	82,1	83,0	82,8	80,6	90
Яйца	97,5	98,7	98,9	98,6	98,9	98,3	
Картофель	101,2	102,0	102,7	102,6	101,8	101,0	95
Овощи	85,6	84,9	82,8	80,2	86,8	80,5	

Анализ табл. 1 позволяет утверждать, что в России присутствует дефицит по всем основным продуктам питания. Единственный продукт, по которому за период 2000-2010 гг. удалось добиться полного самообеспечения и даже создать излишки производства, является зерно. По остальным продуктам наблюдается колебания вокруг приблизительно неизменного среднего уровня, что означает, что в целом ситуация с продовольственным обеспечением по этим видам продовольствия не претерпевает заметных изменений к худшему, но и к лучшему тоже не изменяется. Это весьма тревожный признак, который указывает на отсутствие у отечественного сельского хозяйства ощутимого потенциала для резкого рывка. Связано это, скорее всего, с ограничением доступа к внешнему финансированию.

Кроме того, при в среднем сравнительно благополучных (хотя и не дотягивающим до пороговых) значениях уровня продовольственной безопасности по укрупненным видам продуктов, ситуация по конкретным видам продовольствия внушает серьезные опасения (см. табл. 2).

Табл. 2. Уровень самообеспечения России основной сельскохозяйственной продукцией по подвидам, % (источник [17])

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Подвиды молочных продуктов (в целом)	83,0	82,8	83,5	80,6	81,2	80,2
Масло животное	68,5	66,4	73,6	70,0	68,4	65,4
Сыры	59,3	57,8	59,8	53,4	54,9	53,2
Молоко и сливки сухие	78,7	70,6	63,4	40,2	59,7	58,5
Подвиды мясных продуктов (в целом)	64,9	66,6	70,1	72,4	74,2	75,9
Говядина (и субпродукты)	43,6	40,6	38,2	38,9	35,0	37,7
Свинина (и субпродукты)	47,3	43,6	58,4	62,2	55,8	63,2
Мясо птицы (и субпродукты)	61,9	66,7	74,0	82,6	88,2	86,6

Анализ табл. 2 указывает на то, что приблизительно стабильный уровень самообеспечения страны молочными продуктами скрывает в себе падение самообеспечения практически по всем подвидам молочных продуктов, особенно заметное в производстве сухого молока и сливок (отметим, что крайне слабое снижение уровня самообеспечения по молочным продуктам в целом в этой ситуации выглядит загадочно). По мясу степень самообеспечения постепенно растет, однако быстрый рост производства мяса птицы и свинины сопряжен с некоторым снижением производства говядины (что, вероятно, тоже можно списать на сложность доступа сельхозпроизводителей к долгосрочному финансированию).

Очень благополучная ситуация наблюдается в сфере производства растительного масла и сахара. По растительному маслу Россия сумела стать нетто-экспортером, по сахару можно говорить о тенденции быстрого наращивания производства и о перспективах перехода России к экспорту этого продукта в обозримой перспективе (см. табл. 3).

Табл. 3. Уровень самообеспечения России по сахару и растительному маслу (источник [17])

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Пороговое значение
Сахар	52,7	57,6	64,4	58,0	61,7	87,8	80
Масло растительное	91,8	84,0	109,5	93,8	101,7	132,4	80

Эксперты оценивают интегральный уровень продовольственной самостоятельности России в 89% по состоянию на 2012 г.

Что касается соответствия уровня потребления продуктов питания рациональным нормам, то существующие данные противоречивы. Дело в том, что реальный уровень потребления измеряется двумя способами – балансовым методом и по результатам обследований бюджетов домашних хозяйств, и полученные этими двумя методами результаты не совпадают (причем не совпадают не только с количественной, но и с качественной точки зрения). В табл. 4 приведены данные, полученные обоими способами.

Табл. 4. Соответствия уровня потребления продуктов питания в России рациональным нормам по балансовому методу и по результатам обследований бюджетов домашних хозяйств (источник [17])

	По данным балансов	По результатам обследований бюджетов домашних хозяйств	Рациональная норма	Уровень достижения рациональных норм в 2012 г., %	
				По данным балансов	По бюджетным обследованиям
Хлебные продукты (хлеб и макаронные изделия в пересчете на муку, мука, крупа и бобовые)	119	98	100	119	98
Картофель	111	64	97,5	113,8	65,6
Овощи и продовольственные бахчевые культуры	109	100	130	83,8	76,9
Фрукты и ягоды	61	74	95	64,2	77,9
Мясо и мясопродукты в пересчете на мясо	74	83	72,5	102,1	114,5
Молоко и молочные продукты в пересчете на молоко	249	267	330	75,5	80,9
Яйца и яйцопродукты - штук	276	220	260	106,2	84,6
Рыба и рыбопродукты	17,1	22	20	85,5	110
Сахар	40	32	26	153,8	123,1
Масло растительное	13,7	10,8	11	124,5	98,2

Дифференциация населения России по доходам ведет к заметной разнице в энергетической ценности питания. Если для представителей верхних децилей (по доходам) энергетическая ценность потребляемых продуктов заметно выше рациональных норм, то для нижних децилей можно говорить о нехватке энергетической ценности.

Средний уровень расходов на приобретение продуктов питания в России составлял 28,1% от общей величины потребительских расходов (с колебаниями от 16% в верхнем дециле до 44,6% в нижнем дециле). Доля домохозяйств, для которых величина расходов на приобретение питания составляла более 70%, в 2012 г. была равна 2,7%.

Таким образом, можно констатировать, что целевые значения показателей независимости по основным видам продовольствия, установленные «Доктриной продовольственной безопасности», на настоящий момент не достигнуты. При этом, хотя в среднем уровень экономической доступности продуктов питания находится в пределах нормы, однако значения соответствующего показателя сильно колеблется для групп с разными доходами, что указывает на существование групп риска (т. е. той части населения, которая, в случае роста стоимости продуктов питания, будет вынуждена либо снизить объем и качество потребляемых продуктов, либо поддерживать свой уровень питания за счет отказа от удовлетворения других потребностей, что автоматически делает эти группы потенциальной угрозой для социальной стабильности).

Это также означает, что прекращение внешних поставок продовольствия (например, в случае дальнейшего роста геополитической напряженности и нехватки у России ресурсов для закупки продуктов питания за рубежом вследствие переориентации имеющихся ресурсов на оборонные нужды) население нашей страны может столкнуться с дальнейшим снижением уровня физической и экономической доступности продовольствия, что может привести к острым социальным конфликтам, и поставить под угрозу военную и национальную безопасность России.

Положение дел дополнительно усугубляется тем, что на сегодняшний день ресурсное обеспечение экономики России значительно снизилось по сравнению с периодом до 2014 г. (в связи с введением экономических санкций, отрезавших российской банковской системе доступ к иностранному финансированию, и снижением цен на нефть), а уровень рисков существенно вырос, что значительно усложняет развитие отечественного агропромышленного комплекса. Это делает процесс реализации «Доктрины продовольственной безопасности» нашей страны еще более сложным, но при этом еще более необходимым, чем ранее. Фактически это означает, что в течение максимально короткого промежутка времени нашей стране нужно наверстать то отставание в обеспечении продовольственной безопасности нашей страны, которое сложилось за 24

года, прошедшие с момента начала рыночных реформ (положившим конец советской модели агропрома). Отметим, что это отставание возникло несмотря на высокий уровень обеспеченности российской экономики финансовыми ресурсами (благодаря высоким ценам на нефть и доступности иностранного финансирования). Иными словами, речь должна идти о квази-мобилизационной модели развития отечественной экономики на ближайшие годы, когда распределение ресурсов между отраслями и инвестиционными проектами будет осуществляться не только по критерию экономической эффективности, но и с учетом вклада этих отраслей и проектов в обеспечение национальной и военной безопасности государства.

При этом большой ошибкой стало бы обеспечение этой модели исключительно за счет государственного финансирования. Совершенствование государственной политики в области поддержки агропрома необходимо [7, 15], но простое финансирование сельского хозяйства неприемлемо как по причине ограниченности государственных ресурсов (особенно в условиях снижения цен на нефть), так и в силу высоких коррупционных рисков. Скорее, необходимо развивать программы государственно-частного партнерства [11], направленные на достижение национальной безопасности страны и на развитие территорий (в том числе и на основе инструментов кластерной политики), и при этом позволяющие вовлечь частный капитал в решение государственных задач [14]. Без наличия у национального бизнеса заинтересованности в успехе независимой российской экономики (а данная заинтересованность формируется на основе в том числе достойного уровня рентабельности инвестиционных проектов, направленных на обеспечение национальной безопасности России, в реализацию которых вовлечен частный бизнес) мероприятия по трансформации отечественной экономики, скорее всего, закончатся неудачей.

#### Библиографический список

1. Антамошкина Е.Н. Специфика и приоритеты современной аграрной политики России // Современные научные исследования и инновации. - 2013. - № 1 [Электронный ресурс]. Доступно онлайн по адресу: <http://web.snauka.ru/issues/2013/01/19521>. Проверено: 23.03.2015.
2. Белокурова Е. С., Борисова Л. М., Зыбин О. С. Исследование товароведных характеристик черного байхового чая при продаже его на потребительском рынке // В мире научных открытий. – 2015. - № 5. – С. 184-196.
3. Бурса И. А. Приоритетные направления инновационного развития молочнопродуктового подкомплекса АПК. Автореф. дисс. на соиск. уч. степ. д-ра экон. наук. Краснодар: Кубанский государственный аграрный университет, 2014.
4. Вытовтов А. А., Марушкина Е. В. Сравнительная оценка качества говяжьих сарделек // В мире научных открытий. – 2015. - № 5. – С. 197-213.
5. Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации. Утверждена Указом Президента Российской Федерации от 30 января 2010 г. № 120. Доступно онлайн по адресу: <http://www.kremlin.ru/news/6752>. Проверено 22.03.2015.

6. Егоров Е. А., Шадрина Ж. А., Кочьян Г. А. Развитие промышленного садоводства и импортозамещение // Вестник Российской Академии сельскохозяйственных наук. – 2015. - № 1. – С. 17-19.
7. Жилияков Д. И., Соловьева Т. Н. Эффективность субсидирования кредитов в птицеводстве // Экономика сельского хозяйства России. – 2009. - № 2. – С. 53-62.
8. Зотов В. Б. Продовольственная безопасность России. М.: Издательский Дом НП, 2006. – 224 с.
9. Иванова С. В. Американский капитал на рынке молочной продукции России: эффекты поглощения компании «ВБД» // Россия и Америка в XXI веке. – 2011. - № 2. – С. 20.
10. Концепция повышения продовольственной безопасности государств-участников СНГ. Утверждена Решением Совета глав правительств СНГ о Концепции повышения продовольственной безопасности государств – участников СНГ от 19 ноября 2010 года. Доступно онлайн по адресу: <http://www.fsvps.ru/fsvps-docs/ru/news/files/3143/concept.pdf>. Проверено 25.02.2015.
11. Кормишкина Л. А., Семенова Н. Н. Государственно-частное партнерство как основа формирования консолидированной системы финансового обеспечения продовольственной безопасности России // Вестник Института экономики РАН. – 2014. - № 4. – С. 136-147.
12. Котляров И. Д. Сельский маркетинг: нетрадиционные модели сбыта продуктов питания // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2012. - № 6. – С. 484-491.
13. Котляров И. Д. Интеграция в рыбной отрасли как инструмент обеспечения ее развития // Вестник Тихоокеанского государственного экономического университета. – 2013. - № 1. – С. 48-56.
14. Крекотнев Р. Н., Курбанов А. Х., Пахомов В. И. Риски государственно-частного партнерства при реализации проектов строительства объектов военно-складской инфраструктуры // Научный журнал ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2014. - № 3. – С. 256-266.
15. Кулагина Н. А. Совершенствование государственной агропродовольственной политики как инструмент обеспечения экономической безопасности АПК // Агропродовольственная политика России. – 2014. - № 10. – С. 4-7.
16. Мартынов К. П. Проблемы оценки продовольственной безопасности России // Теория и практика общественного развития. – 2014. - № 14. – С. 94-97.
17. Продовольственная безопасность в России: мониторинг, тенденции и угрозы. М.: Российская академия народного хозяйства и государственной службы, 2014. Доступно онлайн по адресу: [http://www.ranepa.ru/news/item/download/3762\\_bf192d9152f6ea76c25a369065d14b6f.html](http://www.ranepa.ru/news/item/download/3762_bf192d9152f6ea76c25a369065d14b6f.html). Проверено 03.04.2015.
18. Шевченко В. В., Асфондырова И. В., Веселов Н. В. Фальсификация качества и безопасности соленой рыбной продукции // В мире научных открытий. – 2015. - № 5. – С. 228-246.

М. V. Suleymanova

### State of food security in Russia

**Abstract.** The present paper contains an analysis of food security in Russia. Reasons that generate insufficient food security are described. It is demonstrated that the existing problems can be solved thanks to public-private partnerships.



УДК 334.7

Е. Г. Тимофеева

Санкт-Петербургский институт гуманитарного образования, Санкт-Петербург, Россия

**ОРГАНИЗАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ОСНОВЕ ФРАНЧАЙЗИНГА**

**Аннотация:** в статье дано определение франчайзинга применительно к специфике швейной промышленности. Описан алгоритм внедрения франчайзинга франчайзером. Построена оптимальная структура швейного производственно-сбытового объединения на основе франчайзинга

**Ключевые слова:** франчайзинг, швейная промышленность, розничные продажи

В современных условиях франчайзинг представляется наиболее эффективной моделью организации розничной торговли, поскольку он позволяет, не инвестируя в создание собственной сбытовой сети, фактически создать ее на средства франчайзи, и обеспечить обслуживание конечных потребителей по стандартам качества франчайзера (швейного предприятия) благодаря наличию у франчайзера права координировать деятельность такой сети, а не просто предоставлять товар для продажи [1, 4, 7, 10, 12, 15, 17]. По своей сути франчайзинг является мягкой альтернативой вертикальной интеграции, и, таким образом, может рассматриваться как инструмент построения вертикальной производственно-сбытовой структуры в швейной отрасли (которую, в соответствии с терминологией М. Ю. Шерешевой [16], можно рассматривать как квази-интегрированную структуру; в исследованиях И. Д. Котлярова для описания такой модели организации хозяйственной деятельности предложен термин «метафирма» [5]). При этом нельзя согласиться с утверждением В. В. Панюковой и В. М. Комарова [11], что франчайзинг представляет собой разновидность вертикальной интеграции (сходное утверждение высказано и в работе [2]). Как показали О. Уильямсон и К. Менар, франчайзинг следует рассматривать не как интегрированную структуру, а как гибрид [18, 19].

Использование франчайзинга для организации системы розничной торговли не является чем-то новым в швейной отрасли. Можно указать на большое число иностранных производителей одежды, которые эффективно используют франчайзинговую модель в своей деятельности (в числе первых была известная итальянская фирма Benetton). На российском рынке первопроходцем, вероятно, была компания Gloria Jeans. Из стран Таможенного союза можно указать на компанию «Милавица».

Отличительным признаком франчайзинга в швейной отрасли является специфическая модель организации финансовых отношений франчайзера и франчайзи [6], а именно отсутствие первоначального взноса (его заменяет закупка первоначального ассортимента) и отказ от взимания роялти с франчайзи (фактически роялти включаются в торговую наценку франчайзера на товары, поставляемые франчайзи) [11]. Благодаря этому существенно упрощается контроль над финансовой деятельностью франчайзи – сам факт закупки товаров у франчайзера представляет собой выплату роялти, т. е. величину оборота франчайзи для целей взимания роялти отслеживать необходимости нет.

Кроме того, франчайзинговые сети в швейной отрасли выстраиваются производителями, и служат для продажи готовой продукции [11]. Иными словами, франчайзинг в швейной отрасли преследует цель выстраивания собственного, не зависящего от других торговых организаций, канала сбыта.

Наконец, для франчайзинга в швейной отрасли (в отличие от франчайзинговых сетей, работающих в области сервиса и торговли) нехарактерно использование конверсионного франчайзинга (при котором ранее независимое предприятие отказывается от самостоятельной деятельности и становится франчайзи). Вероятно, это связано с тем, что розничные магазины, работающие с известными брендами, чувствуют себя благодаря этим брендам достаточно защищенными от рисков внешней среды, и не готовы дополнительно платить за право пользоваться бизнес-моделью франчайзера.

С организационной точки зрения, франчайзинг целесообразно рассматривать как аутсорсинг управления интеллектуальным капиталом (для франчайзи) и аутсорсинг управления текущей хозяйственной деятельностью франчайзингового подразделения (для франчайзера) [4].

Таким образом, мы можем сформулировать следующее определение франчайзинга применительно к специфике швейной промышленности [8]: франчайзинг представляет собой форму долгосрочного сотрудничества независимых фирм, при которой одна фирма (франчайзер, в качестве которого выступает швейное предприятие или аффилированный с ним торговый дом) предоставляет другой фирме (франчайзи, в качестве которого выступает розничный магазин) право в течение определенного срока и на определенной территории осуществлять торговлю товарами, поставляемыми франчайзером, и использовать для этой торговли товарный знак и/или знак обслуживания франчайзера, и установленный франчайзером формат розничной торговли; кроме того, франчайзер предоставляет франчайзи консультационную поддержку по использованию товарных знаков, знаков обслуживания и розничного формата, а франчайзи обязуется за свой счет вести осуществлять торговлю товарами франчайзера только под товарным знаком и/или знаком

обслуживания франчайзера и в строгом соответствии с предоставленным ему форматом бизнеса.

Из этого определения логично вытекают критерии отбора франчайзи:

- Наличие достаточного капитала, соответствующего по своим характеристикам требованиям франчайзера, для учреждения предприятия под знаком обслуживания и в бизнес-формате франчайзера;
- Способность вести хозяйственную деятельность в соответствующей отрасли и в соответствующем регионе;
- Готовность строго соблюдать договорные предписания по правилам использования товарного знака (знака обслуживания), формата ведения бизнеса и связанным с ними коммерческим и иным технологиям.

Таким образом, предложенное нами определение позволяет не только внутренне непротиворечиво и достаточно полно описать природу франчайзинга в швейной отрасли, но и может служить основой для разработки критериев отбора партнеров. Благодаря этому оно может быть использовано, в частности, для описания прав и обязанностей сторон в рамках договора франчайзинга, а также в другой документации (например, для целей Российской ассоциации франчайзинга).

Нами разработан алгоритм внедрения франчайзинга на швейном предприятии (табл. 1) [9].

Табл. 1. Алгоритм внедрения франчайзинга франчайзером

Номер этапа	Содержание этапа
Первый	<p><b>Принятие принципиального решения о развитии сбытовой сети посредством франчайзинга:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Оценка привлекательности целевого рынка и обоснование целесообразности его освоения;</li> <li>- Оценка собственных ресурсов и определение их достаточности для освоения целевого рынка собственными силами;</li> <li>- Оценка силы собственного бренда</li> </ul>
Второй	<p><b>Подготовка к использованию модели франчайзинга:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Разработка стандартизированного пакета интеллектуальной собственности, предоставляемого в пользование франчайзи (франшизы);</li> <li>- Регистрация франчайзером интеллектуальной собственности;</li> <li>- Выбор стратегии франчайзингового развития (стандартный франчайзинг, мастер-франчайзинг, конверсионный франчайзинг, и т. д.);</li> <li>- Разработка стратегии продвижения франчайзинговой сети;</li> <li>- Разработка метода оценки потенциальных франчайзи;</li> <li>- Разработка алгоритма обучения франчайзи;</li> <li>- Разработка проекта франчайзингового контракта;</li> <li>- Разработка процедуры мониторинга деятельности франчайзи</li> </ul>
Третий	<p><b>Отбор внешнего оператора:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Определение размера и охвата франчайзинговой сети в целевом регионе (т. е. числа и местонахождения франчайзи);</li> <li>- Размещение предложений о поиске потенциальных франчайзи в целевом регионе;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Сбор заявок;</li> <li>- Оценка перспективных франчайзи;</li> <li>- Отбор франчайзи;</li> <li>- Корректировка методики отбора франчайзи</li> </ul>
Четвертый	<p><b>Подготовка к сотрудничеству:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Окончательное согласование параметров контракта;</li> <li>- Обучение франчайзи;</li> <li>- Первичный отсев франчайзи;</li> <li>- Открытие франчайзингового предприятия;</li> <li>- Управленческая и консультационная поддержка франчайзи франчайзером;</li> <li>- Доработка алгоритма обучения франчайзи</li> </ul>
Пятый	<p><b>Исполнение контрактных обязательств:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Добросовестное исполнение франчайзи и франчайзером своих обязательств по договору;</li> <li>- Текущий мониторинг франчайзером качества работы франчайзи;</li> <li>- Внесение франчайзи изменений в свою работу в случае необходимости;</li> <li>- Разрыв франчайзером отношений с франчайзи в случае его неспособности добросовестно и в полном объеме выполнять свои обязательства по договору</li> </ul>
Шестой	<p><b>Завершение франчайзингового контракта:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Итоговая оценка франчайзером качества работы франчайзи (с учетом как внешних, так и внутренних факторов);</li> <li>- Принятие решения о продлении отношений с франчайзи;</li> <li>- Принятие решения о сохранении представительства франчайзера в данном месте</li> </ul>

Оптимальная структура предлагаемого нами вертикального производственно-сбытового образования в швейной промышленности, построенного на основе франчайзинга, представлена на рис. 1 [14].

Рис. 1. отражает тот факт, что, во-первых, франчайзинговые торговые точки могут дополняться сетью собственных магазинов (для обслуживания ключевых регионов и для формирования собственного опыта взаимодействия с потребителями), и, во-вторых, управление франчайзинговой сетью (и, шире, сбытовой системой швейного предприятия) должно быть отделено от производственного звена и выделено в собственное сбытовое подразделение (которое и будет выступать в качестве франчайзера или мастер-франчайзера, если право на модель организации франчайзингового бизнеса будет решено сохранить за производственным предприятием). Такой подход позволит снизить транзакционные издержки на управление таким квази-интегрированным образованием [3].

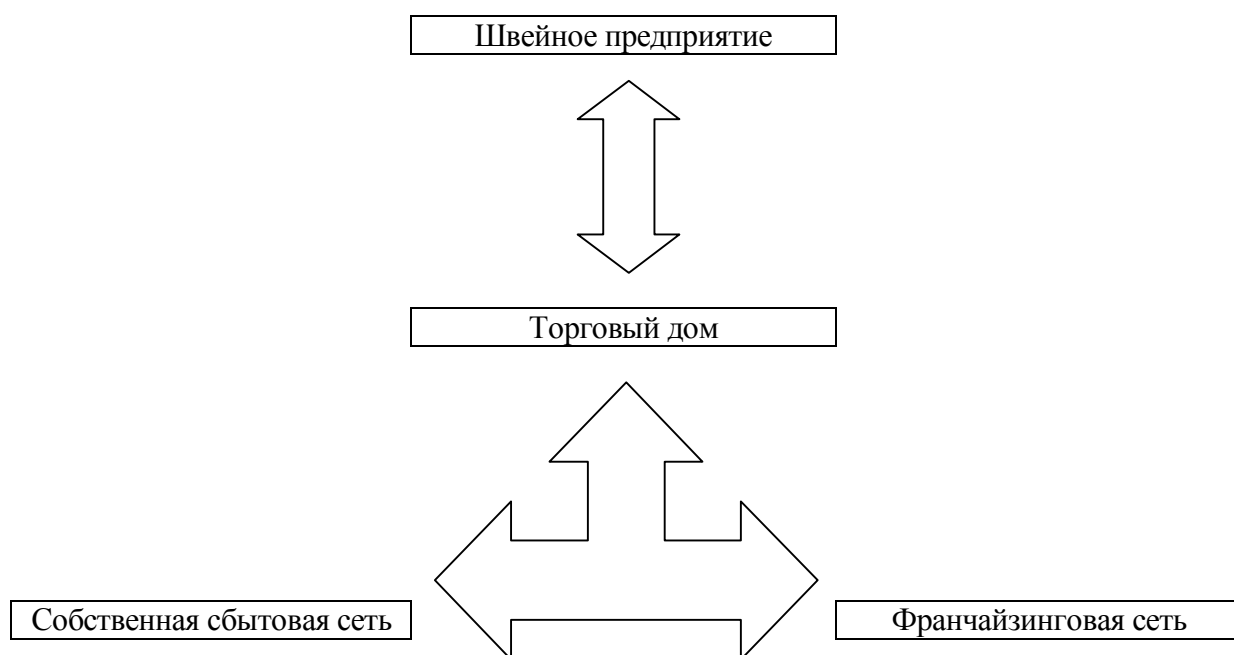


Рис. 1. Оптимальная структура вертикального квази-интегрированного производственно-сбытового образования в швейной отрасли.

По результатам выполненного диссертационного исследования можно сделать следующие выводы:

- Квази-интегрированные структуры могут быть удобной альтернативой вертикальной интеграции в швейной отрасли (по причине низкой ресурсной обеспеченности швейных предприятий и высоким издержкам управления и контроля географически распределенной сетью собственных магазинов) [13];

- Франчайзинг является эффективным инструментом выстраивания сбытового звена вертикальной квази-интегрированной производственно-сбытовой организации;

- Для управления сбытовой сетью на основе франчайзинга швейному предприятию целесообразно создать обособленную структуру (торговый дом).

#### Библиографический список

1. Бахарев В. В. Франчайзинг как инструмент развития малого предпринимательства // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2013. - № 12. – С. 49-52.
2. Исмагилова Ю. Ш., Ситникова Л. В. Развитие интегрированной компании по франчайзинговой модели // Вестник экономической интеграции. – 2013. - № 7. – С. 38-43.
3. Кирьянов И. В. Количественная оценка транзакционных издержек организации: общий методический подход // Вестник НГУЭУ. – 2015. - № 1. – С. 78-101.
4. Котляров И. Д. Опыт формального описания франчайзинга // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. – 2007. - № 5. – С. 129-138.

5. Котляров И. Д. Внутренняя и внешняя среда фирмы: уточнение понятий // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. – 2012. - № 1. – С. 56-61.
6. Котляров И. Д. Описание финансовых отношений франчайзера и франчайзи // Культурологический подход в экономико-правовом развитии региона. Мордовский гуманитарный институт. – Саранск, 2014. – С. 516-523.
7. Марков С. Франчайзинг: решение проблем развития бизнеса // Проблемы теории и практики управления. – 2006. - № 3. – С. 103-107.
8. Наркевич Е. Г. Франчайзинг как форма кооперации: попытка анализа // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2012. - № 4. – С. 22-25.
9. Наркевич Е. Г. Алгоритм внедрения франчайзинга франчайзером. Экономика и экологический менеджмент (электронный научный журнал). – 2013. - № 2.
10. Ожередов В. В., Никитина Л. Н. Разработка инструментария повышения конкурентоспособности продукции с использованием франчайзинга в условиях промышленных предприятий и организаций // Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности. – 2013. – Т. 22. - № 4. – С. 75-78.
11. Панюкова В. В., Комаров В. М. Франчайзинг как разновидность вертикальной интеграции на рынке модной одежды // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2013. – Т. 179. – С. 69-78.
12. Сейфуллаева М. Современный франчайзинг: практика промышленно развитых стран // Управление каналами дистрибуции. – 2005. - № 1. – С. 59-64.
13. Силаков А. В. Управление производственным развитием текстильных предприятия. Дисс. на соиск. уч. степ. д-ра экон. наук. М.: Московский государственный университет дизайна и технологии, 2011.
14. Тимофеева Е. Г. Построение вертикальных квазиинтегрированных производственно-сбытовых структур в швейной промышленности на основе франчайзинга // Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности. – 2015. – Т. 28. – С. 18-23.
15. Усов Д. Ю. Стратегическое управление франчайзинговой сетью // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2014. - № 1. – С. 143-149.
16. Шерешева М. Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний. М.: Изд. Дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. – 339 с.
17. Blair R. D., Lafontaine F. The Economics of Franchising. N. Y.: Cambridge University Press, 2005. – 338 p.
18. Ménard C. The Economics of Hybrid Organizations // Journal of Institutional and Theoretical Economics. – 2004. – V. 160. – pp. 345-376.
19. Williamson Oliver E. Comparative Economic Organization: The Analysis of Discrete Structural Alternatives / Oliver E. Williamson // Administrative Science Quarterly. – 1991. – V. 36. – No. 2. – P. 269-296.

~ E. G. Timofeeva

~ **Organization of retail sales in light industry on a basis of franchising**

~ **Abstracts:** the paper contains a definition of franchising adapted to the specificity of light industry. An algorithm of implementation of franchising by franchisor is described. The optimal structure of production and sales organization based on franchising in sales industry is proposed.

~ **Key words:** franchising, light industry, retail sales

УДК 334.7.021

А.Б. Титов

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого» г. Санкт-Петербург, России

## СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК БАЗА ДЛЯ РАЗВИТИЯ КООПЕРАЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

**Аннотация.** Распространение информационных технологий и проникновение Интернет во все сферы человеческой деятельности делают необходимым нахождение оптимальных методов развития бизнеса в виртуальном пространстве. Социальные сети – тренд последнего десятилетия – могут послужить инструментом построения новой организационной модели бизнеса в виде информационного кооператива.

**Ключевые слова:** Интернет, социальные сети, кооперация.

С развитием информационных технологий и распространением Интернет в различных сферах экономической деятельности и повседневной жизни человека неизбежно актуальными становятся вопросы качества информации, получаемой в глобальной сети. Не секрет, что за последние 30 лет активного существования Интернет в мире и 20 лет развития так называемого «Рунета» в глобальных ресурсах накопилось множество нерелевантной информации. Этот факт обусловили, как неизбежно следующее за тенденцией интернет-мошенничество, спам, так и планомерное накопление информации во «Всемирной паутине» без должной ее периодической «чистки». На сегодняшний день по некоторым оценкам число пользователей, регулярно использующих Интернет, составляет около 2,5 млрд. человек (около трети населения Земли).

Эволюция доступа в Интернет, заключавшаяся в его упрощении, также выступила фактором широкого распространения информации и доступа к ней широкой аудитории с различными целями. Так, если в начале XXI века доступ во «Всемирную паутину» посредством модема в большинстве случаев неминуемо был сопряжен с расходами, лимитировавшими доступ в сеть, то уже к 2005-му году выделенные высокоскоростные линии вывели использование Интернет на другой уровень. Следующий качественный скачок в поведении пользователей произошел с широким распространением смартфонов и прочих мобильных устройств (2008-2009 гг.)

На наш взгляд, качественным переломным моментом в развитии сети Интернет стало появление и активное развитие социальных сетей. Свою популярность в Интернете социальные сети начали завоёвывать уже в 1995 году, с появлением американского портала Classmates.com. Данный проект

оказался весьма успешным, что стимулировало появление не одного десятка аналогичных сервисов. Тем не менее официальным началом бума социальных сетей принято считать 2003—2004 года, когда были запущены такие ресурсы как: LinkedIn, MySpace и Facebook [3]. Сейчас отечественный сегмент социальных сетей представлен следующими основными ресурсами: ВКонтакте, Instagram, Twitter, Одноклассники, Facebook, Мой Мир, LiveJournal. Каждый из них имеет свою аудиторию, которая сегментируется по половозрастному, географическому и другим критериям. Информационная база, сформированная на основе анализа первичных данных, являет собой уникальный источник маркетинговой информации. Так, по данным Brand Analytics, по состоянию на апрель 2015, по количеству «пишущих» российских авторов лидирует ВКонтакте, почти на порядок обгоняя конкурентов – **21,6 млн.** уникальных авторов. У следующего на втором месте Instagram – всего **2,4 млн.** авторов. Третье место – Twitter – показал значительное падение (-24% к ноябрю 2014 г.), говорящих авторов в апреле 2015 г. зафиксировано всего **1,6 млн.** чел. Что касается объема контента, ежедневно размещаемого в социальных сетях, здесь первое место принадлежит социальной сети ВКонтакте, на втором месте – Twitter [4].

По данным TNS, ежемесячная аудитория большинства социальных сетей стабилизировалась. Так, аудитория ВКонтакте остановилась на **53,6 млн.** человек, второе место – у Одноклассников (**38,8 млн.** человек). Аудитория Facebook в апреле составила **24,5 млн.** чел., близко к ней расположился Мой Мир – **23,7 млн.** чел., аудитория Instagram в апреле составила **10, 7 млн.** чел. Twitter продемонстрировал снижение в 13% — его аудитория в апреле равна **7,4 млн.** чел. [4]

Механизмы электронной подписки, а также создания тематических сообществ и публичных страниц составляют благоприятную почву для продвижения продукции через социальные сети. В то же время, последнее время усилились тенденции формирования сложных тематических информационных продуктов, представляющих интерес для пользователей, обладающих определенным предпочтениями. Данные информационные услуги сейчас оказываются на безвозмездной основе. В ряде случаев владельцы публичных страниц и сообществ параллельно, зачастую не вполне легальными способами продвигают сопутствующую продукцию в подобных сообществах. Но при этом и сам информационный продукт может являться предметом для реализации.

Так, если участников некоторого сообщества в сети ВКонтакте, которое, предположим, насчитывает 30 000 чел., ежемесячно обязать вносить «членский» взнос в минимальном размере (к примеру, 1 руб.), а взамен предлагать ему качественную информацию по заданной теме, можно говорить о создании некоторого подобия потребительского кооператива, созданного в виртуальном пространстве. В свою очередь, у потенциальных пользователей



информации нет ограничений по количеству таких «подписок»; аналогичным образом они имеют возможность создавать уже свои собственные информационные сообщества на любые темы на аналогичных условиях, но с соблюдением прав на интеллектуальную собственность.

Формы коллективного информационного и финансового взаимодействия пользователей Интернет на данный момент существуют. К ним относятся следующие:

1). Краудфáндинг (народное финансирование, от англ. crowd funding, crowd — «толпа», funding — «финансирование») — это коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций (реципиентов). Сбор средств может служить для различных целей — помощь пострадавшим от стихийных бедствий, поддержка со стороны болельщиков, поддержка политических кампаний, финансирование стартап-компаний и малого предпринимательства, создание свободного программного обеспечения, получение прибыли от совместных инвестиций и многого другого [2].

2). Краудсóрсинг (англ. crowdsourcing, crowd — «толпа» и sourcing — «использование ресурсов») — передача некоторых производственных функций неопределённому кругу лиц, решение общественно значимых задач силами добровольцев, часто координирующих при этом свою деятельность с помощью информационных технологий [1,2].

Информационное и финансовое взаимодействие, являющееся по своему содержанию кооперацией пользователей сети, позволит структурировать, отфильтровывать информацию, а значит и увеличивать ее качество. Введем термин «информационная кооперация». Информационная кооперация – это взаимодействие участников виртуального пространства, заключающееся в периодическом приобретении информационного продукта на возмездной основе с соблюдением авторских прав. На рисунке 1 изображена предлагаемая схема взаимодействия пользователей в рамках схемы информационной кооперации.

Зависимость качества и платности информационного продукта прослеживается при изучении истории появления и развития как Интернет в целом, так и его российского сегмента. Политика ценообразования на информационные продукты может формироваться только на основе рыночных законов. По нашему мнению, доступ во «Всемирную сеть» также должен быть платным и тарифицироваться не посредством абонентской платы, а в соответствии с установленным тарифом в зависимости от времени использования или объема полученной/переданной информации. Эта мера позволит уменьшить негативное влияние недобросовестных пользователей сети Интернет на качество информации в глобальной сети.

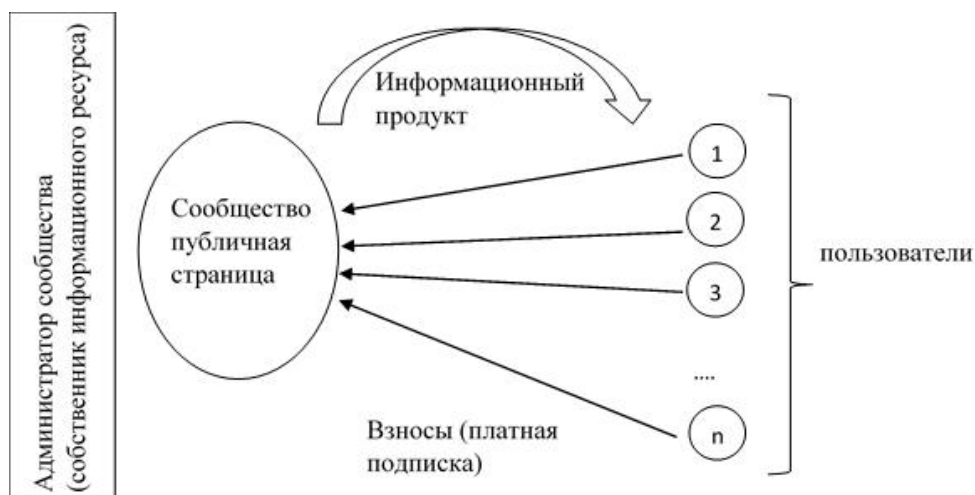


Рисунок 1. Схема информационной кооперации в социальных сетях.

Предлагаемые меры призваны структурировать информацию, отсеять лишние, утратившие актуальность, данные, увеличить качество информационного продукта. Таким образом, стремительное развитие глобальной сети Интернет сделало неминуемым путь снижения либерального доступа к информационным ресурсам. Децентрализация управления Интернет делает необходимым возврат к платности и защите интеллектуальной собственности в сети, закрепленными на законодательном уровне.

### Библиографический список

1. Панкова Н.В., Куприянова М.Ю. Краудсорсинг как фактор обоснования управленческих решений в образовательной системе // Вестник Российской академии естественных наук (Санкт-Петербург) - 2012. - № 4.- С. 167-172
2. Краудфандинг // «Википедия свободная энциклопедия»// [Электронный ресурс] URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Краудфандинг> (дата обращения: 31.07.2015)
3. Социальная сеть// «Википедия свободная энциклопедия»// [Электронный ресурс] URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная\\_сеть](https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть) (дата обращения: 31.07.2015)
4. Социальные сети в России, весна 2015. Цифры, тренды, прогнозы // [Электронный ресурс] URL: <http://br-analytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-vesna-2015-cifry-trendy-prognozy/> (дата обращения: 31.07.2015)

~ Aleksandr Titov

#### **Social networks as a basis for the development of cooperation in the Internet**

**Abstract.** The spread of information technology and the Internet in all spheres of human activity make it necessary to find optimal methods for the development of business in the virtual space. Social networks - the trend of the last years - can be used as a tool for new business models.

**Keywords:** the internet, social network, co-operation

УДК 338.001.36

С.В. Тишков, А.П. Щербак

ФГБУН Институт экономики КарНЦ РАН, г. Петрозаводск, Россия.

**ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ И ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ В  
РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ: ПОНЯТИЙНЫЙ АППАРАТ\***

**Аннотация.** Развитие российской экономики сдерживается нерешенностью проблем, связанных с ее структурой и эффективностью. Одной из таких проблем является высокая энергоемкость. В последние 25 лет она заметно колебалась, в 2000-х годах снижалась, затем стабилизировалась и снова стала снижаться.

**Ключевые слова:** энергосбережение, энергоэффективность, энергоёмкость экономики, энергетические ресурсы, устойчивое развитие.

*\*Статья подготовлена в рамках гранта РГНФ № 15-02-00062\_а «Исследование факторов, определяющих энергоэффективность российской экономики».*

Структура экономики Российской Федерации значительно изменилась за последние двадцать лет, вырос удельный вес одних отраслей и их влияние на энергоёмкость экономики России, и уменьшилась доля других. Несколько меньшие изменения произошли в региональной структуре российской экономики. Фактически данные изменения на мезоуровне определяли развитие макроуровня и динамику энергоёмкости экономики России.

Термины «энергоэффективность» и «энергосбережение», применяемые в некоторых случаях как синонимы, тем не менее, несут разную смысловую нагрузку. Согласно федеральному закону об энергосбережении и повышении энергетической эффективности [Федеральный закон «О повышении...»] энергосбережение означает реализацию организационных, правовых, технических, технологических, экономических и иных мер, направленных на уменьшение объема используемых энергетических ресурсов при сохранении соответствующего полезного эффекта от их использования, в то время как энергетическая эффективность – это характеристика продукции, технологического процесса, юридического лица, индивидуального предпринимателя, отражающая отношение полезного эффекта от использования энергетических ресурсов к затратам энергетических ресурсов, произведенным в целях получения такого эффекта. Таким образом, можно заключить, что энергоэффективность – это измеряемая величина, позволяющая оценить результат процесса, а энергосбережение – это деятельность по достижению энергоэффективности. Энергоэффективность, измеряемая на макроуровне (энергоёмкость экономики страны), является ключевым индикатором,

характеризующим устойчивостью развития энергетического сектора и государства в целом [1].

По данным Министерства энергетики Российской Федерации удельная энергоёмкость экономики России в 2-3 раза выше, чем в развитых странах мира, причем холодный климат и огромная территория страны не являются непреодолимыми препятствиями для существенного снижения энергоёмкости ВВП. По оценкам специалистов, климатический фактор может быть причиной не более чем 25 % превышения энергоёмкости российской ВВП в сравнении с западноевропейским [2].

Рост эффективности и конкурентоспособности экономики России и ее регионов в значительной степени зависит от энергоёмкости экономики. Для обоснованности принимаемых решений необходимо понять причины сложившейся ситуации, какие сектора определяют нынешний уровень энергоёмкости экономики, как они влияли в последние десятилетия, какие сектора могут оказать наиболее заметное влияние в перспективе и какие ресурсы потребуются при различных сценариях развития.

В Российской Федерации в настоящее время складывается благоприятная ситуация для реализации потенциала повышения энергоэффективности, снижения выбросов парниковых газов, внедрения возобновляемых источников энергии, поскольку:

- сформирован государственный интерес к проблеме и имеется политическая воля для ее решения;

- созданы конкретные институциональные механизмы, в том числе Департамент государственной энергетической политики и энергоэффективности Минэнерго; межведомственный координационный совет, ответственный за взаимодействие госструктур;

- разработана государственная программа энергосбережения и повышения энергетической эффективности на период до 2020 года;

- разрабатывается система информационно-аналитического обеспечения процессов энергосбережения и повышения энергетической эффективности, включающая анализ энергоёмкости экономики и ее отраслей, а также информацию о лучших отечественных и мировых практиках, результатах мониторинга энергосберегающих мероприятий;

- инициатива государства поддерживается большинством членов общества, как населением, так и бизнес-сообществом – по данным социологических опросов 80 % жителей России и руководство 85 % российских компаний считают проблему энергоэффективности важной и актуальной для бизнеса [1].

Основными стимулами к проведению мероприятий по энергосбережению могут служить:

улучшение макроэкономических показателей, снижение экодеструктивного воздействия на элементы биосферы, возрастание

престижа страны в результате повышения энергоэффективности (для государства),

оптимизация ключевых результатов хозяйственной деятельности предприятий (для бизнеса),

повышение качества жизни (для населения и общества в целом).

Сохранение высокой энергоемкости российской экономики несет с собой очень высокие риски. Оно ведет к:

- снижению энергетической безопасности России и торможению экономического роста;
- осложнению выполнения Россией геополитической роли гаранта надежных поставок энергоносителей на внешние рынки;
- осложнению реализации национальных проектов;
- сохранению низкой конкурентоспособности российской промышленности;
- ускорению инфляции;
- росту нагрузки коммунальных платежей на городские, региональные и федеральный бюджеты и снижению финансовой стабильности;
- затруднению борьбы с бедностью;
- снижению экологической безопасности страны [3,4].

Россия вырвалась в мировые лидеры по темпам снижения энергоемкости ВВП, но все еще остается одной из самых энергоемких стран. Снижение энергоемкости происходило в основном за счет структурных факторов. Существенно сократить технологический разрыв с развитыми странами так и не удалось. Длительное сохранение этого разрыва недопустимо. Выход России на стандарты благосостояния развитых стран на фоне усиления глобальной конкуренции и исчерпания источников развития экспортно-сырьевого типа требует кардинального повышения производительности использования всех факторов производства, включая энергию.

Россия располагает одним из самых больших в мире технических потенциалов повышения энергоэффективности, который составляет 45% от уровня потребления энергии. Ресурс повышения энергоэффективности становится основным энергетическим ресурсом будущего экономического роста. Однако до последнего времени вялая поддержка деятельности в сфере повышения энергоэффективности со стороны федерального правительства не способствовала интенсификации использования этого ресурса.

Национальные цели по повышению энергоэффективности российской экономики можно количественно сформулировать следующим образом: снизить к 2020 г. энергоемкость ВВП на 40% по сравнению с 2007 г.; обеспечить экономию энергии в объеме около 1000 млн т. Это реалистичные цели, но для их достижения требуется разработать и принять

широкий комплекс мер по повышению энергоэффективности. Этот комплекс включает:

- формирование целостной системы управления повышением энергоэффективности;
- принятие необходимых нормативно-правовых актов, определяющих механизмы государственного регулирования;
- формирование системы статистического учета и мониторинга уровней энергоэффективности во всех секторах экономики и системы информационной и образовательной поддержки деятельности в этой сфере;
- введение практики реализации региональных, муниципальных программ повышения энергоэффективности, а также программ повышения энергоэффективности организаций с государственным и муниципальным участием и регулируемых организаций;
- создание необходимых и достаточных условий по реализации частно-государственного партнерства в рамках целевых соглашений по повышению энергоэффективности в энергоемких сферах экономической деятельности и при реализации типовых проектов по повышению энергоэффективности;
- формирование системы выделения бюджетных ассигнований, необходимых для стимулирования реализации проектов по повышению энергоэффективности, развития возобновляемых источников энергии и экологически чистых производственных технологий;
- формирование тарифной политики, стимулирующей экономию энергии;
- создание стимулов для НИОКР по развитию «зеленых» технологий;
- формирование новых стереотипов поведения и мотиваций, нацеленных на рациональное и экологически ответственное использование энергии, энергетических и природных ресурсов у всех слоев населения.

#### Библиографический список

1. Бобылев С.Н., Аверченков А.А., Соловьева С.В., Кирюшин П.А. Энергоэффективность и устойчивое развитие. - М.: Институт устойчивого развития // Центр экологической политики России, 2010. - 148 с.
2. Данилов-Данильян В.И. Экологическое значение энергосбережения // Энергетика России: проблемы и перспективы: тр. Науч. сессии РАН/ под ред. В.Е. Фортова, Ю.Г. Леонова: РАН.- М.: Наука.- С. 391-404.
3. Мельник А.Н. Повышение энергетической эффективности производства как важнейшее направление развития отечественной экономики // Проблемы теории и практики управления. - 2010. - №12. - С. 8-17.
4. Мельник А.Н., Лукишина Л.В. Методические основы оценки экономической эффективности использования энергетических ресурсов // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика. - 2010. - № 1(72). - С. 43-50.

5. Федеральный закон от 23 ноября 2009 г. N 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

6. Энергетика России. Стратегия развития (Научное обоснование энергетической политики).- М.: ГУ ИЭС Минэнерго России, 2003.- 800 с.

~ S.V. Tishkov, A.P. Shcherbak

~ **Energy efficiency and conservation as the main factors of economic development of Russia**

~ **Abstract.** Russian economic development is hampered by unresolved problems with its structure and efficiency. One such problem is the high energy consumption. In the last 25 years, it visibly hesitated, in 2000-ies declined, then stabilized and began to decline.

~ **Keywords:** energy conservation, energy efficiency, energy intensity, energy resources, sustainable development.

**УДК 334.021**

**Е.А. Угнич**

ФГБОУ ВПО «Донской государственный технический университет»,  
Ростов-на-Дону, Россия

**ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОСИСТЕМА УНИВЕРСИТЕТА:  
ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ**

**Аннотация.** Данное исследование посвящено анализу проблем функционирования инновационной экосистемы университета. По мнению автора, перспективы развития инновационной экосистемы университета видятся в стратегическом развитии и взаимодействии ее трех базовых составляющих, выполняющих стимулирование научных исследований, обеспечение их коммерциализации и формирование партнерской организационной культуры в совокупности необходимыми компетенциями инновационного предпринимательства.

**Ключевые слова:** инновационная деятельность, инновационная экосистема, университет

Потребности глобального информационного общества обозначили необходимость радикальных преобразований системы высшего образования во всем мире. С одной стороны, университеты должны выполнять свою классическую функцию – быть гарантом универсальных ценностей и культурного развития, с другой стороны, они должны вносить весомый вклад в экономику, основанную на знаниях, посредством коммерциализации результатов научно-исследовательской деятельности и

развития предпринимательской культуры. В связи с этим, важной задачей отечественных университетов является осуществление инновационной деятельности посредством организации и развития трансфера технологий и компетенций в реальный сектор экономики. Реализация поставленной задачи во многом зависит от эффективности процесса коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности (РИД), которая достигается во многом благодаря развитию инновационной экосистемы вуза.

Зарубежный опыт показал важность преодоления барьеров на пути коммерциализации инноваций посредством механизмов поддержки и стимулирования, содержащихся в инновационной экосистеме вуза.

Цель данного исследования заключается в выявлении перспектив развития инновационной экосистемы университета как катализатора инновационного процесса в регионе.

Необходимость решения задачи трансформации вузов в общепризнанный источник технологий, человеческих ресурсов и знаний формирует потребность в создании вузовских инновационных экосистем, предназначенных для коммерциализации инноваций. Само понятие «экосистема» было введено в научный оборот английским ботаником А. Тенсли, под этим термином он понимал любую совокупность совместно обитающих организмов и окружающую их среду [9]. Иными словами экосистема - это система обмена энергией, взаимосвязей между ее участниками. Применение концепции экосистем для решения проблем инновационного процесса, позволяет выявить их причины, а также смоделировать перспективы. В связи с этим, целесообразным представляется исследование механизма коммерциализации инноваций с точки зрения экосистемного подхода. Фокус исследования экосистем применительно к инновационному процессу и сообществу его участников обусловлен развитием концепции открытых инноваций [6], в основе которой лежит массовый аутсорсинг и формирование глобальных стоимостных цепочек. Концепция инновационной экосистемы была предложена Чарльзом В. Веснером [10]. Она предлагает инструмент для создания условий, повышающих конкурентоспособность организаций в национальных и региональных экономиках. В центре концепции – представление об инновации как о процессе трансформации идеи в рыночный продукт или сервис, который требует множества коллективных усилий участников: компаний, университетов, исследовательских компаний, венчурных фондов и др. Инновационная экосистема объединяет эти усилия, позволяя добиться синергетического эффекта.

Биологические экосистемы можно рассматривать на нескольких уровнях: «оправдан взгляд на весь живой мир как на одну огромную экосистему, однако чаще и конструктивнее мы говорим об экосистеме дождевого леса, экосистеме дубравы; но можно не ограничивать размер и



полноту сообществ, поэтому вполне уместно утверждение о существовании экосистемы, сконцентрированной вокруг отдельного растения. Обязательное обстоятельство, которое следует учитывать при введении этого понятия, заключается в том, что оно включает все, что способствует поддержанию жизни в пределах определенного пространства и времени» [3]. Экосистемный подход рассматривает и инновационные системы разного уровня (национального, регионального, кластерного и др.) подобно живым социальным организмам, подверженным непрерывной изменчивости под влиянием новых мотиваций участников и новых обстоятельств. Трансформация вузов в основной фактор наукоемкого общества несет в себе идею создания инноваций. Новой миссией вузов становится капитализация знаний [7], поэтому основными направлениями их деятельности должен стать трансфер результатов интеллектуальной деятельности, технологий в сектор производства товаров и услуг, а также актуальных научных и научно-технических задач в сектор исследований и разработок. Для решения поставленных задач вуз должен обладать необходимыми компонентами, которые, с одной стороны, будут формировать умения, навыки, опыт, компетенции для внедрения инноваций и управления предприятием, а с другой стороны, способствовать формированию ресурсов для воспроизводства и постоянного развития. Таким образом, обеспечение эффективности инновационного процесса в вузе может быть достигнуто посредством формирования инновационной экосистемы. Инновационная экосистема вуза представляет собой комплекс взаимоотношений субъектов инновационного процесса с целью коммерциализации инноваций. По аналогии с биологической экосистемой, деятельность субъектов инновационной экосистемы можно охарактеризовать с точки зрения их причастия к определенным «экологическим нишам». К основным субъектом инновационной экосистемы вуза можно отнести заказчиков, формирующих спрос на инновационную продукцию, разработчиков инновационных идей и институты инновационной инфраструктуры вуза (бизнес-инкубаторы, центры трансфера технологий, управления защитой интеллектуальной собственности и т.д.). Инновационная экосистема вуза – это открытая система, которая имеет определенное место в более крупной экосистеме, где формируются партнерские взаимоотношения с вузом. В основе инновационной экосистемы вуза лежит принцип взаимодействия компетенций ее участников.

В то же время инновационная экосистема вуза даже при наличии всех необходимых компонентов инфраструктуры не будет эффективной, если ресурсы, вложенные в исследования, в дальнейшем не будут воплощаться в инновациях, приносящих прибыль, что отражается уже в коммерческом формате университета. Таким образом, комплексный подход к анализу

инновационных экосистем вуза требует не только исследование их и участников, но и специфику их взаимодействия и окружающей среды, в частности, культуру, технологии, ресурсы.

Актуальность и необходимость развития инновационных экосистем подтверждается повышением интереса вузов, бизнес-сообществ и государственных органов власти к участию и организации различных форумов и программ по данному направлению. Российской венчурной компанией и бизнес-инкубатором «Ингрия» было проведено исследование развития инновационных экосистем в российских вузах и научных центрах, в ходе которого была предложена методология измерения инновационной экосистемы и выявлены барьеры для трансфера технологий [5]. В соответствии с данной методологией выделяется четыре основных параметра измерения инновационной экосистемы: целеориентированность, субъекты, связи между ними и среда, которая предоставляет ресурсы для субъектов.

Безусловно, универсальной модели инновационной экосистемы университета не существует. Каждый университет уникален в своих ресурсах, потребностях, возможностях, мотивах и барьерах в сфере инноваций. Однако, вне зависимости от этих особенностей, цель функционирования инновационной экосистемы университета заключается в реализации процесса коммерциализации инноваций, имеющего ясный результат в виде вывода продуктов на рынок. Функционирование инновационной экосистемы направлено на обеспечение последовательного, неразрывного процесса коммерциализации превращающего поток идей, разработок и компетенций команд в активы с последующей их продажей. В то же время субъекты инновационной инфраструктуры вузов не всегда имеют стимулы для превращения инновационной идей в рыночный продукт. До стадии внедрения в промышленность доходит менее 5% вузовских разработок [2]. Причина этого заключается в то, что финансирование разработок российских вузов более чем на 90% происходит за счет государства и связано с крупными государственными проектами, которые сфокусированы на стадии «запуска идеи». Тем самым у разработчиков формируется мотивация участвовать в первых этапах разработки проекта при одновременном отсутствии необходимости искать производство и внедрять свои разработки.

Инновационная экосистема будет успешно функционировать только в том случае, если будет обеспечено разнообразие ее субъектов, обладающих необходимыми ресурсами, компетенциями и целевыми установками. В частности, разнообразие заказчиков в инновационной экосистеме вуза определяется сетью партнерских отношений с предприятиями реального сектора экономики, а также технологическими платформами, кластерными и другими объединениями в области

инноваций. Эффективность инновационной экосистемы вуза также достигается путем вовлечения в процесс трансфера технологий представителей бизнес-сообществ в качестве менторов и экспертов.

Одним из эффективных механизмов привлечения разработчиков в процесс создания и трансфера результатов интеллектуальной деятельности является их материальное стимулирование. Материальное стимулирование разработчиков (авторов РИД) в вузах осуществляется преимущественно за распоряжение исключительным правом на РИД. Разработчики получают вознаграждение от платежей по лицензионным договорам и договорам отчуждения прав на РИД или распоряжения правом на РИД. Вознаграждение также получают и структурные подразделения, в котором создается РИД. Такая форма материального стимулирования применяется в НИУ ВШЭ, Уральском федеральном университете, Донском государственном техническом университете и др. Особый интерес представляет опыт материального стимулирования за создание РИД в НИУ ВШЭ. Разработчики получают единовременное поощрительное вознаграждение за создание РИД после получения охранного документа на имя НИУ ВШЭ (или совместно с третьими лицами) [1]. Данная форма материального стимулирования существенно повышает количественные показатели изобретательской деятельности вуза и особенно актуальна на этапе начального развития инновационной экосистемы.

Характеристику субъектов инфраструктуры инновационной экосистемы можно рассмотреть с позиции процесса коммерциализации: от разработок к формированию активов и от активов к рыночной сделке. Д. Джексон [8] отмечает, что в основе любой модели инновационной инфраструктуры должны быть две взаимосвязанных составляющих, одна из которых направлена на обеспечение научных исследований и разработок, а другая – на поддержку и стимулирование коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности. Вторая составляющая инновационной инфраструктуры учитывает динамику сложных взаимоотношений, которые образуются между ее участниками, чья функциональная задача заключается в обеспечении продвижения инноваций, предоставления доступа к услугам бизнес-акселерации, организацию доступа к финансированию со стороны бизнес-ангелов и фондов предпосевных и посевных инвестиций. Большинство российских вузов имеют достаточное количество субъектов инновационной инфраструктуры, обеспечивающих научные исследования и разработки. Однако, компонентов, направленных на поддержку и стимулирование инноваций зачастую недостаточно. Так, из функционирующих на сегодняшний день около 200 бизнес-инкубаторов, лишь 28% создано при вузах [4]. Кроме того, существующие субъекты инновационной

инфраструктуры функционируют неэффективно и разрозненно, о чем свидетельствует невысокий уровень коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности в российских вузах.

В то же время для субъектов инновационной инфраструктуры помимо их количественного разнообразия не менее важно и функциональное наполнение. Характерными проблемами для функционирования инновационной инфраструктуры многих российских вузов является:

- неэффективность или отсутствие маркетинга технологий и компетенций, поиска коммерческих заказчиков;
- неактивный поиск коммерциализируемых решений по использованию РИД;
- отсутствие активного поиска охраноспособных РИД;
- слабое взаимодействие между подразделениями научных исследований и разработок и подразделениями, занимающимися стимулированием коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности.

Опираясь на зарубежный опыт, можно отметить, что в структуре субъектов, обеспечивающих коммерциализацию инновационного проекта, могут присутствовать и субъекты финансовой поддержки (например, Фонд прикладных исследований в Тель-Авивском университете). Для российских вузов подобные структуры характерны в меньшей степени. Хотя привлечение инвестиций с помощью развития эндаумент-фондов имеет успешный опыт, достаточно консервативное российское законодательство, регулирующее рыночную активность бюджетополучателей и развитие эндаумента, не позволяет в полной мере реализовать различные формы государственно-частного партнерства с участием вуза. В российской практике основной проблемой функционирования инновационной экосистемы университетов является отсутствие единых стандартов для деятельности всех ее субъектов и их слабые взаимосвязи. Барьером, мешающим взаимодействию субъектов инновационной экосистемы университета является разрыв коммуникаций между сообществом разработчиков и индустрией, разрыв между профильными подразделениями, а также между профильными подразделениями и командой разработчиков. Прикладные исследования оторваны от потребностей потенциальных заказчиков реального сектора экономики, поскольку они зачастую иницируются разработчиками в рамках выполнения диссертационных исследований или научных грантов. Зарубежный опыт показывает, что наиболее успешными способами преодоления разрыва с промышленными предприятиями является создание совместных фондов для финансирования разработок ранних стадий (например, фонд созданный израильской компанией трансфера

технологий Института Вейцмана КТТ Yeda с компаниями Teva и J&J) и работа в консорциумах [5].

Что касается развития среды инновационной экосистемы, то многие российские вузы сталкиваются с серьезными вызовами, как субъективного, так и объективного характера. В частности, серьезной объективной проблемой развития взаимодействия вузов с промышленным и бизнес-сообществом является отсутствие четко определенной потребности российской экономики в трансфере технологий и коммерциализации РИД, созданных вузами. Одновременно, механизмы функционирования российских вузов в целом не настроены ни на приоритеты промышленности, ни на приоритеты местного сообщества, что проявляется на всех уровнях системы управления и во всех сферах деятельности университетов, хотя благодаря интенсивным реформам системы высшего образования, через программы развития, постепенно происходит формирование в ведущих вузах России инновационных экосистем. Здесь в качестве примера можно привести инновационные экосистемы МГУ им. М.В. Ломоносова, Университета ИТМО, МГТУ им. Н.Э. Баумана, НИУ ВШЭ, Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники и других. Успех функционирования инновационных экосистем данных вузов подтверждается высоким удельным весом доходов от НИОКР в общих доходах вузов (свыше 20%).

Необходимо отметить, что успешная инновационная экосистема университета сама формирует подходящую среду для коммерциализации, в частности она может развивать необходимые неформальные институты, такие как партнерская организационная культура. Партнерская организационная культура в наибольшей степени соответствует успешному развитию инновационной экосистемы. Она содержит в своей основе динамичное предпринимательское и творческое начало, акцентируя внимание на развитии и обретении новых возможностей, поощрение новаторства, импровизации, личной инициативы и свободы. С успехом ассоциируется постоянное развитие научных исследований и предпринимательской инициативы с целью предоставления уникальных и новых продуктов или услуг. Для партнерской организационной культуры характерна гибкая проектно-матричная структура. В основе ценностей лежит индивидуальное, социальное, культурное, моральное творчество. Именно партнерская организационная культура позволит экосистеме университета реализовать задачу по формированию компетенций предпринимателей-универсалов, генерирующих идеи, ставящих задачи и разрешающих технологические и организационные противоречия в современном мире.

По нашему мнению, в инновационной экосистеме университета, наряду с компонентами по обеспечению научных исследований и их коммерциализации, должна быть и третья функциональная составляющая, направленная на формирование партнерской организационной культуры и необходимых компетенций в сфере инновационного предпринимательства, маркетинга технологий, защиты интеллектуальной собственности. Формирование этих компетенций необходимо закрепить как в качестве обязательного компонента в рамках образовательной программы высшего профессионального образования для инженерных специальностей, так и посредством регулярного повышения квалификации сотрудников и руководителей элементов инновационной инфраструктуры университета. Взаимодействие трех функциональных составляющих инновационной экосистемы университета должно способствовать сокращению барьеров на пути коммерциализации инноваций, связанных с разрывом коммуникаций между субъектами, недостатком маркетинговых исследований, слабо развитой партнерской организационной культурой.

Таким образом, перспективы развития инновационных экосистем вузов, способствующие успешной коммерциализации РИД, видятся в реализации следующих направлений:

- четкое формирования приоритетов научной и инновационной деятельности;
- укрепление взаимодействия между различными элементами вузовской экосистемы;
- развитие взаимосвязей с венчурными фондами и инвесторами;
- развитие взаимодействия с предприятиями реального сектора экономики, в т.ч. на основе активного маркетинга ресурсов вуза;
- активный поиск проектов, команд, компетенций;
- развитие партнерской организационной культуры и компетенций инновационного предпринимательства.

#### Библиографический список

1. Актуальные вопросы экономики и управления интеллектуальной собственностью: монография / Под ред. Смирновой В.Р. – М.: ФГБОУ ВПО РГАИС, 2015.
2. Осипов Г.В., Стриханов М.Н., Шереги Ф.Э. Взаимодействие науки и производства: социологический анализ. - М.: ЦСПиМ, 2014.
3. Оуэн Д.Ф. Что такое экология? / Пер. с англ. М.О. Долетбакова; под ред. В.В. Дежкина. - М: Лесная промышленность, 1984
4. Проблемы и решения: бизнес-инкубаторы и технопарки России. – М.: РВК, 2014.
5. Развитие инновационных экосистем вузов и научных центров. – СПб.: Ингрия, РВК, 2015
6. Chesbrough H. The era of Open innovation // Sloan Management Review. 2003. - № 3. pp.35-44
7. Etzkowitz, H. Innovation in Innovation: The Triple Helix of University-Industry-Government Relations // Social Science Information. 2003.- №42 (3), pp.293-338

8. Jackson D. J. What is an Innovation Ecosystem? National Science Foundation, Arlington, VA, 2011 Retrieved from <http://urenio.org/wp-content/uploads/2011/05/What-is-an-Innovation-Ecosystem.pdf>
9. Tansley, A.G. The use and abuse of vegetational terms and concept // Ecology. - 1935. - №16 (3). pp. 284–307
10. Wessner C.W. Innovation policies for the 21th century. Report of a symposium. The National Academies Press. Washington, D.C., 2007

Е.А. Угнич

**Innovative ecosystem of the university: problems and solutions**

**Abstract.** This research work is devoted to the analysis of the problems of functioning of innovative ecosystem of the university. According to the author, the prospects of development of innovative ecosystem of the university are considered in strategic development and interaction of its three basic components (constituents) which are carrying out stimulation of scientific researches, provision of their commercialization and formation of partnership organizational culture in total with necessary competences of innovative business.

**Keyword:** innovative activity, innovative ecosystem, university

**УДК 338.242.2**

**Е.Ф. Файзулин**

ФГОУ ВПО Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Волгоград, Россия.

**ЭВОЛЮЦИЯ ВЗГЛЯДОВ НА КРИЗИСОУСТОЙЧИВОЕ  
УПРАВЛЕНИЕ МИКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМОЙ**

**Аннотация.** В статье рассматривается эволюция представлений об антикризисном, устойчивом развитии микроэкономической системы.

**Ключевые слова:** антикризисное управление, микроэкономическая система, устойчивое управление.

Кризисоустойчивое развитие экономической системы, в условиях современного развития общества, является важной управленческой задачей топ-менеджмента любой компании. Влияние быстроизменяющейся внешней среды и динамически изменчивая внутренняя организация компании требуют от топ-менеджмента принятия управленческих решений, направленных на поддержание развития микроэкономической системы и, в наилучшем развитии событий, усиление экономической состоятельности предприятия, в противном случае, принятие и реализация неэффективных управленческих

решений способствует формированию и наступлению негативных, кризисных условий для микроэкономической системы.

В рамках развития международной управленческой мысли существует различный спектр моделей управления экономическими системами в условиях неопределенности, высокого риска ведения хозяйственной деятельности, кризисных условиях и в рамках организации процедуры банкротства. От стратегического управления микроэкономической системой, которое подразумевает разработку и реализацию управленческих действий, направленных на долгосрочное увеличение эффективности деятельности компании по отношению к конкурентам, до антикризисного управления микроэкономической системой, которое выражается в недопущении кризисной ситуации на предприятии и выведении предприятия из кризиса. Однако способы и методы данных видов управления микроэкономической системой не всегда применяются вовремя и не всегда подходят к определенным ситуациям - это происходит за счет перенасыщения функций управления негативными и положительными воздействиями на компанию и выведения ее из кризисной ситуации в рамках рассмотренных моделях управления микроэкономическими системами в условиях неопределенности и риска. Поэтому сегодня необходимо разделение и делегирования данных функций, уточнение способов и методов для каждого вида управления, что приводит к формированию кризисоустойчивого управления микроэкономической системы.

Современное понимание антикризисного управления предприятием включает в себя элементы стратегического менеджмента, поэтому целесообразно рассмотреть эволюцию взглядов на антикризисное управление, выявить предпосылки формирования кризисоустойчивого управления и сформировать представление о кризисоустойчивом управлении.

В системе развития управленческой мысли основополагающие идеи устойчивого управления (антикризисного, кризисоустойчивого, эффективного) можно выявить в каждой классической школе менеджмента.

В рамках школы научного управления, родоначальником которой является Фредерик Тейлор («Управление фабрикой» 1903, «Принципы научного менеджмента» 1911), концептуальной основой устойчивого управления выступает ряд принципов: развитие микроэкономической системы в условиях нестабильности, риска и неопределенности возможно только на основе научного подхода. Четко продуманная стратегия ведения бизнеса при ограниченных ресурсах будет эффективна в случае использования научных механизмов производства, организации труда; в реалиях кризиса переобучения и переподготовка персонала невозможна, поэтому разделение работников на группы по возможностям реализации и исполнения определенных функций повышает эффективность работы коллектива; заработная плата по возможностям работника и в срок – залог



успеха работы антикризисной команды; мотивация в заинтересованности кризисоустойчивого развития микроэкономической системы собственников и менеджмента выступает важнейшим элементом устойчивого развития.

Классическая, или административная школа управления, родоначальником которой выступает Анри Файоль («Общая промышленная администрация» 1916), так же выступает концептуальной основой кризисоустойчивого управления: повышение производительности труда возможно за счет целенаправленного сосредоточения узкоспециализированных работников по областям управления, производства, организации; развитая корпоративная культура, корпоративный дух – один из основополагающих элементов кризисоустойчивого управления; четкое поддержания дисциплины на всех уровнях микроэкономической системы и адекватное определение санкций за ее нарушение способствует эффективному развитию организации.

В рамках школы «человеческих отношений» (Элтон Мэйо) и школы «поведенческих наук» (Р. Лайкерт, Д. МакГрегор, А. Маслоу) концептуальной основой кризисоустойчивого управления выступают идеи мотивации работников: материальная, нематериальная, социальная; взаимоотношение внутри группы, между начальником и подчиненным, определение потребностей сотрудников - способствует эффективному кризисоустойчивому развитию микроэкономической системы.

Идеи различных школ менеджмента легли в основу развития учения об устойчивом управлении микроэкономической системой в условиях кризисных явлений. Эволюцию развития учений об антикризисном управлении можно охарактеризовать следующие образом.

Изначально представление о значимости и функциональной принадлежности антикризисного управления заключалось в выводе предприятия из сложившейся кризисной ситуации, когда неспособна эффективная деятельность предприятия, отсутствие видения достижения стратегической цели, возможных вариантов развития предприятия.

Дальнейшее представлении об антикризисном управлении заключалось уже в более укрупненном понимании, помимо выведения предприятия из кризисной ситуации к функциям антикризисного управления добавилось предотвращение появления кризисных ситуаций и максимальное их ослабление.

По мнению Файншмидта Е.А. [2], третий этап сформулировал следующее представление об антикризисном управлении: действия, направленные на идентификацию кризиса, планирование мероприятий и осуществления мер по преодолению кризиса.

На современном этапе развития антикризисного управления особое значение имеют прогностическая и упредительная функции, учитывая которые, представление антикризисного управления имеет вид: комплекс мероприятий по оценки вероятности и последствий потенциальных кризисов,

разработке стратегии антикризисных действий, выявлению признаков кризисов, реализации планов мероприятий по предупреждению и преодолению кризисов, ликвидации их социально-экономических последствий и недопущению кризисов в перспективе [1].

В мировой практике целью антикризисного управления является предупреждение кризиса и возможности выхода из него. Антикризисное управление, в рамках российской практики, в своей основе содержит отношения в рамках проведения процедуры банкротства в соответствии с ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» 2002 года.

Такое разнополярное понимание антикризисного управления сформировалось за счет различия способов видения бизнеса. Потому целесообразным видится мировое понимание антикризисного управления называть кризис-менеджмент, отечественное – антикризисное управление. Для уточнения и систематизирования представления об устойчивом развитии предприятия в кризисных условиях считается необходимым формирования нового понятия – кризисоустойчивое управления (кризисоустойчивый менеджмент) – которое будет в себе содержать элементы риск-менеджмента, кризис-менеджмента и форсайт-менеджмента, и не допускать наступления антикризисного управления.

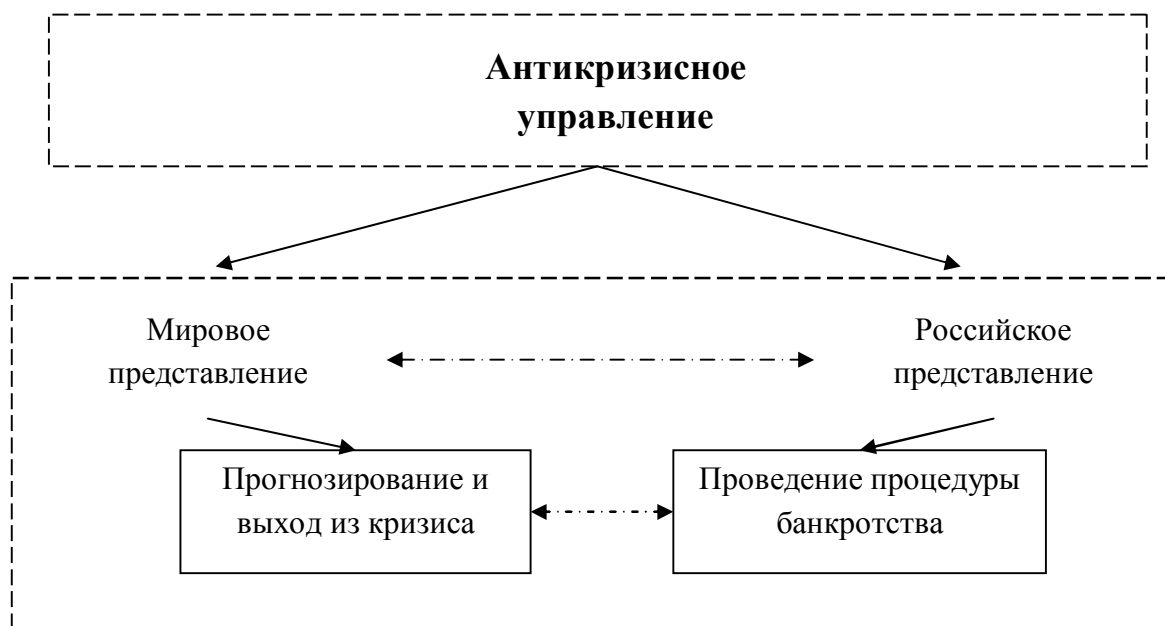


Рисунок 2 – Сущность антикризисного управления в Мире и России (составлено автором)

Кризисоустойчивый менеджмент должен быть основан на комплексном системном подходе во взаимосвязи с главными элементами, влияющими на формирования кризисных условий (рисунок 2).

В данном представлении сущностная характеристика элементов, образующих кризисоустойчивый менеджмент заключается в следующем:

Риск-менеджмент – суть заключается в формировании портфеля и профиля рисков, способных оказать как негативное, так и положительное воздействие на деятельность предприятия;

Кризис-менеджмент – формирование совокупности возможных кризисов (на основе риск-менеджмента), прогнозирование их наступления и расчет вероятности влияния на предприятия как негативно, так и положительно, основными инструментами выступают кризис-прогнозирование и кризис-планирование;

Форсайт-менеджмент – формирование желаемого будущего микроэкономической системы на основе известной микро и макросреды предприятия.

Антикризисное управление наступает, когда кризисоустойчивый менеджмент не в состоянии вести устойчивое развитие микроэкономической системы. Заключается в минимизации или полном устранении негативных последствий кризисного явления и в максимизации положительных (прибыльных, как материально, так и социально, и морально) последствий кризисного явления. Инструментом антикризисного управления выступает антикризисное планирование бизнес-мероприятий. Если удастся выйти из кризисной ситуации, то в действие снова приходят механизмы кризисоустойчивого менеджмента, в противном случае предприятие становится банкротом и ликвидируется.



Рисунок 2 Элементы, образующие кризисоустойчивый менеджмент (составлено автором)

Следователно, кризисоустойчивое управление – это комплексный системный подход во взаимосвязи с элементами – основополагающими сигналами кризисоустойчивого менеджмента, влияющими на формирование кризисных условий: риск, неопределенность и устойчивых условий – желаемого будущего, регулируемых с помощью уточненных понятий риск-менеджмента, кризис-менеджмента и форсайт-менеджмента и не допускающих наступления антикризисного управления, что позволяет вовремя предвидеть и устранить опасность, как из внешней среды, так и из внутренней системы развития микроэкономической системы, добиться стабильности и эффективности внутрифирменного развития, повышения уровня экономической состоятельности микроэкономической системы и адаптивного развития по отношению к внешней среде.

#### Библиографический список

1. Коротков Э.М. Антикризисное управление: учебник для бакалавров / Э. М. Коротков. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 406 с. — Серия: Бакалавр. Углубленный курс.
2. Файншмидт Е.А. теория антикризисного управления / Е.А. Файншмидт – Москва, 2012.

≈ E.F. Faizulin

≈ **The evolution of views on the crisis-management micro system**

≈ **Abstract.** The article describes the evolution of ideas about the anti-crisis, sustainable development micro system.

УДК 338.22.01

Д. А. Федоров

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный морской технический университет», Санкт-Петербург, Россия

## НЕКОТОРЫЕ ПРОСТЕЙШИЕ МОДЕЛИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ В КОРОТКОМ ПЕРИОДЕ ПОЧТИ БЕЗ МАТЕМАТИКИ.

**Аннотация.** В работе приводится весьма сжатое изложение модели кейнсианского креста и модели IS-LM почти без алгебраических выкладок и совершенно без элементов высшей математики, вполне доступное даже школьникам неполной средней школы, не говоря уже о студентах младших курсов университетов всех специальностей.

**Ключевые слова.** Эндогенные переменные, экзогенные переменные, планируемые расходы, потребление, планируемые инвестиции, инвестиции, инвестиционные расходы, государственные расходы, уровень цен, чистые налоги, налоговый мультипликатор, мультипликатор государственных расходов, спрос на товары и услуги, реальные запасы денежных средств, предложение реальных денежных средств, спрос на деньги, равновесие, ставка процента, реальные денежные запасы, модель кейнсианского креста, модель IS-LM.

### 1. Экономическая наука и экономические модели.

Экономическая наука, начиная с Ксенофонта и Аристотеля и заканчивая Смитом, в основном, была описательной в том смысле, что не использовала алгебраические и графические методы. Современная же экономическая наука, напротив, слишком сильно формализована, чтобы экономико-математические модели были понятны большинству студентов-экономистов младших курсов. Модели же изложенные в данном докладе будут изложены, в основном, графически, по возможности, избегая алгебраических выкладок, к тому же, это будут лишь простейшие модели, что, в прочем, не означает, что они не использовались или не могут использоваться для анализа политики государства, в области государственного регулирования экономики (далее экономической политики). Материал будет посвящен лишь макроэкономическим моделям, то есть моделям, имеющим дело лишь с агрегированными экономическими агентами. К тому же это будут модели, относящиеся лишь к короткому периоду. Коротким в макроэкономике считается такой период, в течение которого уровень цен считается неизменным. Мы не будем исследовать обобщения этих моделей на длительный период, то есть на период, на котором уровень цен меняется. Все

модели, изложенные в первых пунктах, будут использоваться для построения чуть более сложных моделей, изложенных в последних пунктах.

## 2. Понятие об экзогенных и эндогенных переменных.

Кроме подразделения экономических переменных на переменные потока и запаса (см., например, [2]) существует еще подразделение экономических (да и не только экономических) переменных на эндогенные и экзогенные. Эндогенные переменные – это переменные, определяемые внутри модели, то есть получаемые численно исходя из вида уравнений модели (а простую математическую модель можно представить в виде системы уравнений) и значений экзогенных переменных. Экзогенные переменные – это такие переменные, которые задаются в качестве исходных данных для данной модели. Если представить математическую модель в виде "черного ящика", в котором "сидят" некие уравнения, то получится, что на вход этого "черного ящика" будут подаваться экзогенные переменные, а на выходе будут получаться, кроме все тех же экзогенных переменных, которые останутся неизменными, еще и экзогенные переменные.

## 3. Модель кейнсианского креста.

Модель кейнсианского креста является простой моделью, позволяющей анализировать экономическую политику. Помимо того, что данная модель интересна сама по себе, она является составной частью для построения более сложной и реалистичной модели IS-LM.

Модель кейнсианского креста описывается системой двух уравнений. Первое уравнение – это уравнение планируемых расходов. Планируемые расходы – это та сумма денег, которую домохозяйства, бизнес и правительство планируют потратить на товары и услуги. Напомню, что речь идет о коротком периоде, то есть уровень цен остается неизменным.

Если обозначить планируемые расходы буквой  $E$ , потребление домохозяйств буквой  $C$ , планируемые инвестиции буквой  $I$  и государственные расходы буквой  $G$ , то получим уравнение:

$$E = C + I + G \quad (1)$$

Будем предполагать, что уровень планируемых инвестиций фиксирован, то есть является экзогенной переменной. Уровень государственных расходов определяется государством, то есть тоже является экзогенной переменной.

Потребление определяется, так называемой, функцией потребления (уравнение (2)):

$$C = C(Y_{расп}) \quad (2)$$

где

$C$  – функция потребления;

$Y_{расп}$  – располагаемый доход.

Знак +, под переменной  $Y_{расп}$ , означает, что потребление является возрастающей функцией в зависимости от располагаемого дохода.

Располагаемый доход, в свою очередь, представляет собой разность совокупного дохода и чистых налогов (уравнение (3)):

$$Y_{расп} = Y - T \quad (3)$$

где  $Y$  – совокупный доход;

$T$  – чистые налоги, представляющие собой разность налогов, уплачиваемых в бюджет, и безвозмездных выплат, получаемых домохозяйствами из бюджета, называемых в макроэкономических моделях трансфертами (не путать с межбюджетными трансфертами!). Данная модель слишком простая, чтобы рассматривать конфликт интересов наемных менеджеров фирм и их собственников - домохозяйств, поэтому все налоги как бы платятся домохозяйствами и напрямую снижают их потребление. Чистые налоги определяются государством, поэтому являются экзогенной переменной.

Подставив уравнение (3) в уравнение (2), а уравнение (2) в уравнение (1), поставив черточки сверху над экзогенными переменными, получим уравнение (4), которое определяет функцию планируемых расходов:

$$E = C(Y_+ - \bar{T}) + \bar{I} + \bar{G}_1 \quad (4)$$

Знак  $_+$  над переменными  $T$ ,  $I$  и  $G$  в уравнении (4) означает, что эти переменные применительно к данной модели являются экзогенными. Если считать, что функция потребления линейно зависит от располагаемого дохода, то уравнение (4) задает прямую, изображенную на рис. 1.

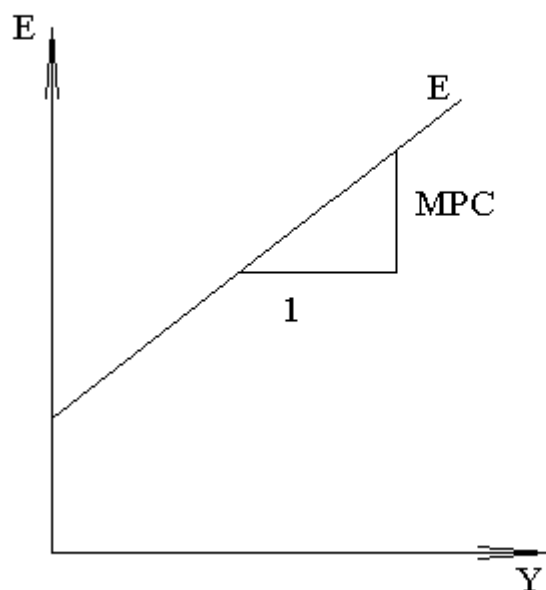


Рис. 1.

Наклон этой прямой представляет собой предельную склонность к потреблению (marginal propensity to consume – MPC).

Величина MPC показывает насколько увеличиваются планируемые расходы при увеличении располагаемого дохода на один рубль. Согласно модели кейнсианского креста:

$0 < MPC < 1$ , что означает, во-первых, что потребление домохозяйств растет с ростом располагаемого дохода ( $MPC > 0$ ), во-вторых, что даже, если часть домохозяйств увеличивает свое потребление больше, чем на рубль, когда доход растет на рубль, в целом, домохозяйства, как агрегированный экономический субъект, часть своих средств сберегают, увеличивая свое потребление меньше, чем на рубль с ростом располагаемого дохода на рубль.

Итак, мы получили первое уравнение, описывающее кейнсианский крест. Второе уравнение получается еще проще.

Рассматриваемая модель есть модель закрытой экономики, то есть экономики находящейся в состоянии автаркии (отсутствие взаимодействия с другими экономиками), поэтому в состоянии равновесия совокупный доход будет равен планируемым расходам (уравнение (5)):

$$Y = E \quad (5)$$

Таким образом, уравнение (5) описывает множество возможных состояний равновесия экономики. В сущности, уравнение (5), можно интерпретировать не только как равенство фактических и планируемых расходов, но и как равенство доходов экономических агентов и расходов на приобретение произведенной продукции, только в отличие от модели кругооборота дохода, здесь еще имеются инвестиционные расходы и государственные расходы.

Изобразим кейнсианский крест на рис. 2.

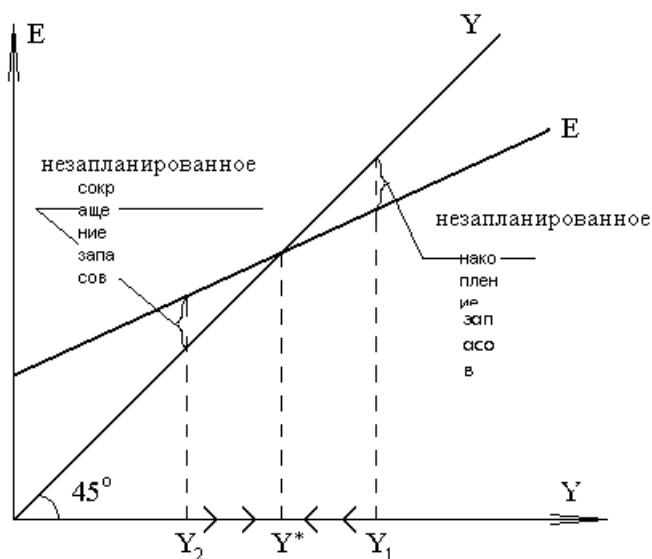


Рис. 2.



На рис. 2 за  $Y^*$  обозначен равновесный доход (равновесный выпуск).

Состояние равновесия  $Y^*$  устойчиво по Вальрасу. Если производство находится на уровне  $Y_1$ , то планируемые расходы меньше производства, поэтому фирмы накапливают запасы. Это накопление запасов приводит к тому, что фирмы сокращают производство. Если производство находится на уровне  $Y_2$ , то планируемые расходы превышают производство. Фирмы продают больше, чем произвели, сокращая свои запасы, что побуждает фирмы увеличивать производство.

4. Анализ бюджетно-налоговой политики в модели кейнсианского креста.

Основатель макроэкономики Джон Мейнард Кейнс (Keynes) был сторонником увеличения государственного вмешательства в экономику. Модель кейнсианского креста является, в этом смысле, типичной кейнсианской моделью.

4.1. Влияние государственных расходов на ВВП.

Показатель ВВП (валовый национальный продукт), как известно, представляет собой доходы экономических агентов за период времени, то есть, по существу, это и есть совокупный доход, как известно, ВВП (валовый внутренний продукт) меньше ВВП на сальдо доходов из-за границы. Сказанное, конечно, не совсем верно, т. к. это сальдо может быть и отрицательным. Но в закрытой экономике это сальдо равно нулю, поэтому можно интерпретировать  $Y$  и как ВВП, и как ВВП. Но, как известно, аббревиатура ВВП (по английски GDP – Gross Domestic Product), как известно, милее для русского уха.

Итак, пусть государственные расходы возрастают на величину  $\Delta G$  (см. рис. 3):

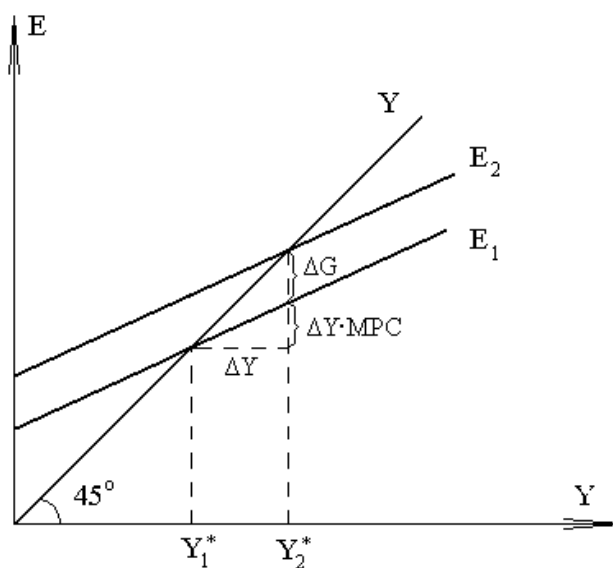


Рис. 3.

Из рис. 3 видно, при росте государственных расходов на  $\Delta G$ , продукт растёт на величину  $Y_2^* - Y_1^* = \Delta Y = \Delta G + \Delta Y \cdot MPC$ , откуда легко получается выражение для мультипликатора государственных расходов:

$$\frac{\Delta Y}{\Delta G} = \frac{1}{1 - MPC} \quad (6)$$

Выражение (6) показывает на сколько рублей вырастет (или уменьшится) валовый продукт при росте (или сокращении) государственных расходов на 1 рубль.

Разумеется, разумно увеличивать государственные расходы ни на что попало. Существуют значительно более сложные модели, показывающие наличие, так называемых, точек роста экономики, но данная простая модель это не исследует. Кроме того, напомним, что речь в ней идет лишь о коротком периоде, то есть уровень цен фиксирован, и инфляция, вследствие роста государственных расходов не рассматривается, как и ее отрицательное воздействие на экономику.

#### 4.2. Влияние изменения чистых налогов на ВВП.

При увеличении налогов, линия планируемых расходов сдвигается вниз (не вверх!) на величину  $MPC \cdot \Delta T$ , если чистые налоги возрастают на величину  $\Delta T$ , и сдвинется вверх на  $MPC \cdot \Delta T$ , если чистые налоги снизятся на величину  $\Delta T$ .

Таким образом, выражение для налогового мультипликатора будет иметь вид:

$$\frac{\Delta Y}{\Delta T} = - \frac{MPC}{1 - MPC} \quad (7)$$

Налоговый мультипликатор имеет отрицательный знак, что означает, что рост чистых налогов ведет к сокращению выпуска и, наоборот, сокращение чистых налогов ведет к росту выпуска.

Так как,  $MPC < 1$ , то по абсолютной величине налоговый мультипликатор меньше, чем мультипликатор государственных расходов.

### 5. Кривая IS (Investment – Saving).

#### 5.1. Построение кривой IS.

Связь между реальной ставкой процента  $r$  и инвестициями  $I$  представлена на рис. 4.

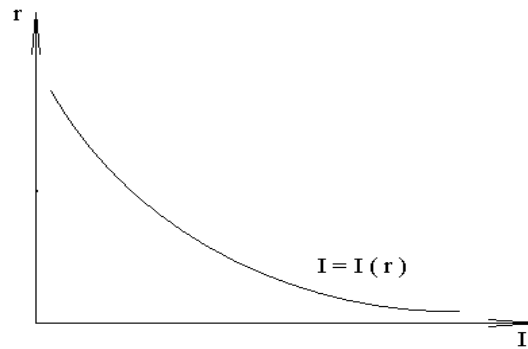


Рис. 4. Инвестиционная функция (планируемые инвестиции).

Напомню, что с легкой руки Маршалла, в экономике независимую переменную откладывают по вертикальной оси, а зависимую – по горизонтальной.

Выполним построение кривой IS, как это показано на рис. 5.

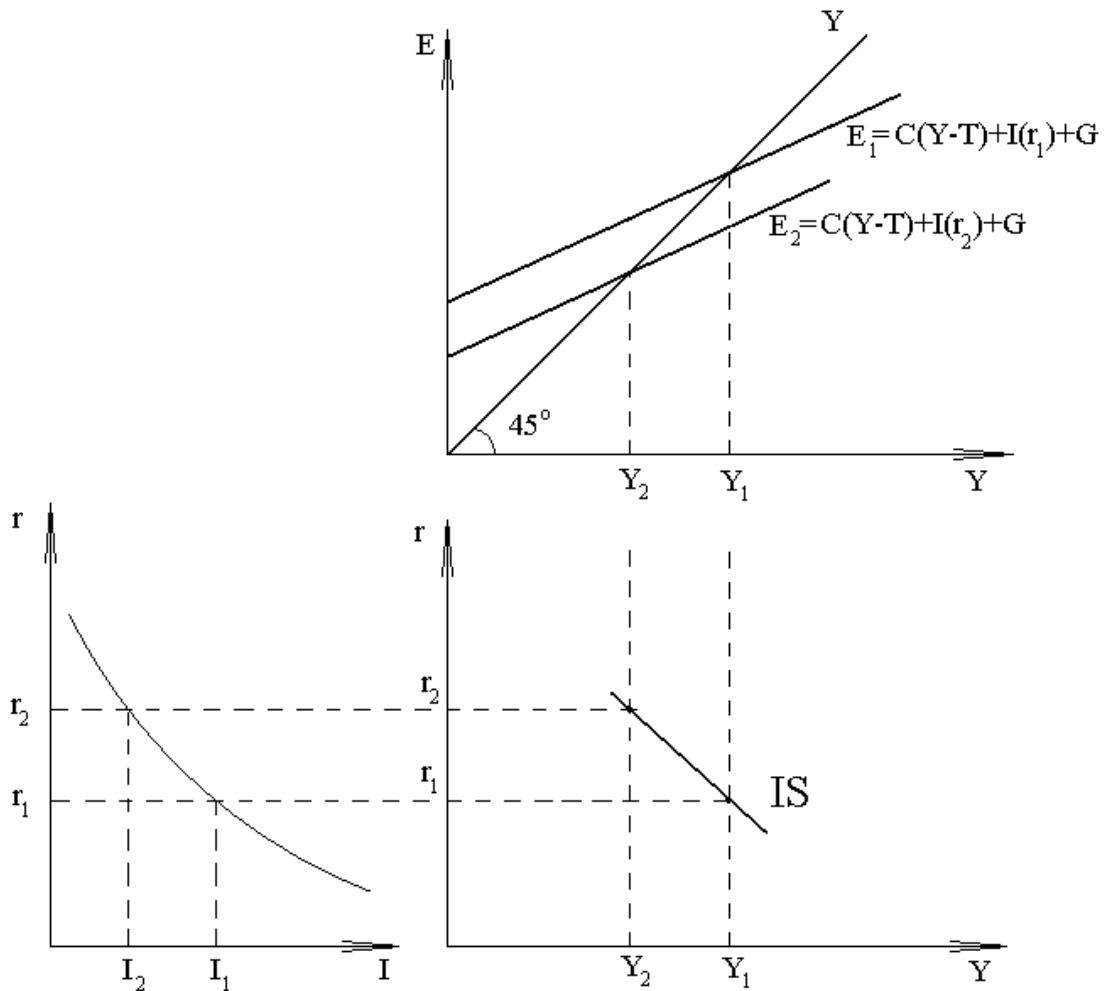


Рис. 5. Построение кривой IS.

Здесь инвестиции являются уже эндогенной переменной, экзогенными переменными остаются государственные расходы и чистые налоги, а также появляется новая экзогенная переменная – ставка процента  $r$ . Напомним, что в этой модели уровень цен считается неизменным, поэтому бессмысленно говорить о реальной или о номинальной ставке, т. к. они равны.

Из рис. 5 видно, что чем выше реальная ставка процента  $r$ , тем ниже уровень планируемых инвестиций  $I$  и, следовательно, тем ниже уровень дохода  $Y$ .

### 5.2. Бюджетно-налоговая политика и кривая IS.

Рост государственных расходов на величину  $\Delta G$  сдвигает кривую IS вправо на величину  $\frac{\Delta G}{1 - MPC}$  (см. 4.1.), а также рис. 6.

Рост чистых налогов сдвигает кривую IS влево на величину  $\frac{MPC \cdot \Delta T}{1 - MPC}$  (см. 4.2.).

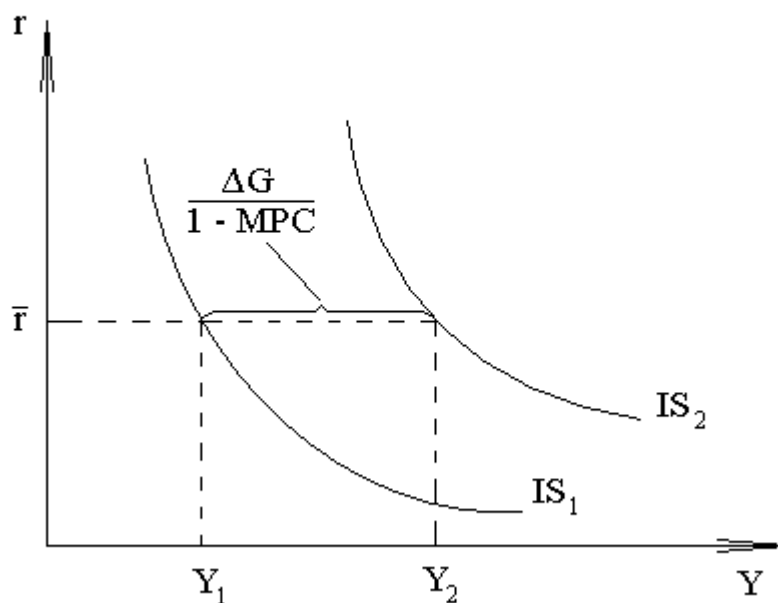


Рис. 6.

### 6. Кривая LM (Liquidity – Money curve).

Для анализа рынка денежных средств и политики государства на этом рынке, используют кривую LM. Кривая LM является составной частью модели IS – LM (Investment – Saving - Liquidity – Money – model).

Рассмотрим методику построения кривой LM.

Обозначим за  $\bar{M}$  уровень предложения денег, заданный государственными органами, например, Центральным банком России, если речь идет о России. Будем считать, что  $\bar{M}$  определяется государством

совершенно однозначно, и, поэтому, является экзогенной, то есть определяемой вне модели, переменной. Модель IS – LM рассматривает лишь такой период, в котором уровень цен остается неизменным, то есть уровень цен  $\bar{P}$  также является в данной модели экзогенной переменной. Тогда предложение реальных денежных средств фиксировано:

$$\left(\frac{M}{P}\right)^s = \frac{\bar{M}}{\bar{P}} \quad (8)$$

и, следовательно, не зависит от ставки процента (см. рис. 7)

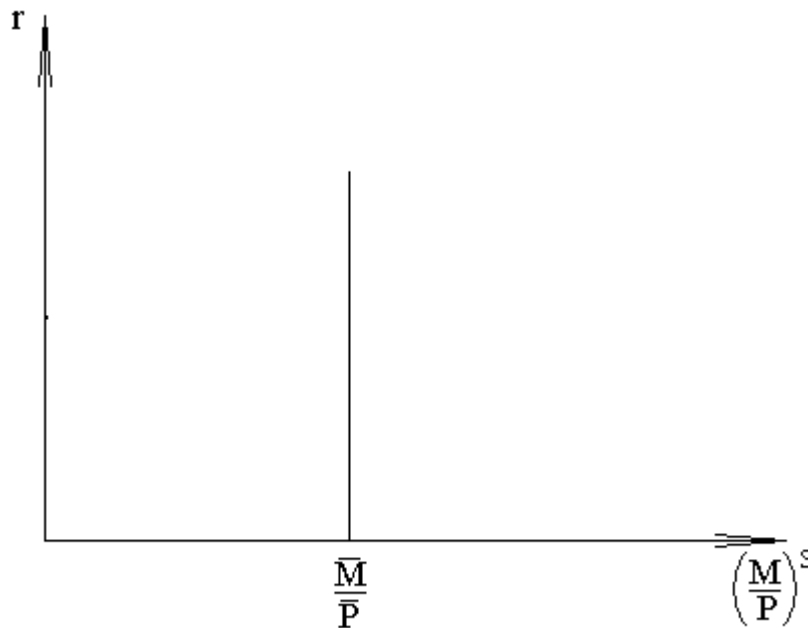


Рис. 7.

где  $r$  – ставка процента.

Теория предпочтения ликвидности утверждает, что величина спроса на деньги зависит от номинальной ставки процента, так как ставка процента представляет собой альтернативные издержки владения деньгами: это то, что люди теряют, если держат деньги в наиболее ликвидной форме, которая не приносит процента, вместо приносящих процент депозитов или облигаций. Поэтому, когда ставка процента возрастает, люди хотят держать меньше богатства в виде не приносящих процент денег. Таким образом, спрос на реальные денежные запасы будет отрицательно зависеть от номинальной ставки процента (см. рис. 8)

$$\left(\frac{M}{P}\right)^D = L(r) \quad (9)$$

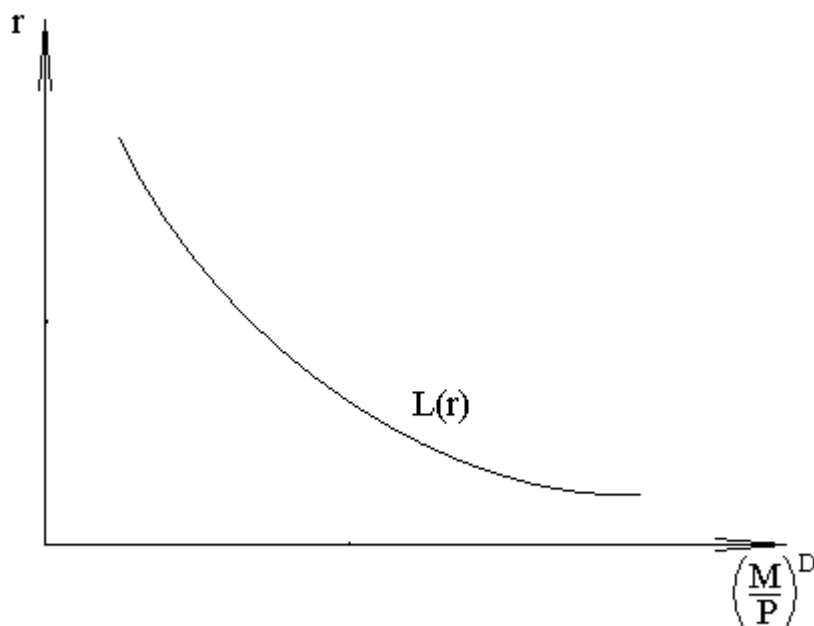


Рис. 8.

Для получения теории равновесной ставки процента, объединим спрос на деньги и предложение денег на одном графике (см. рис. 9).

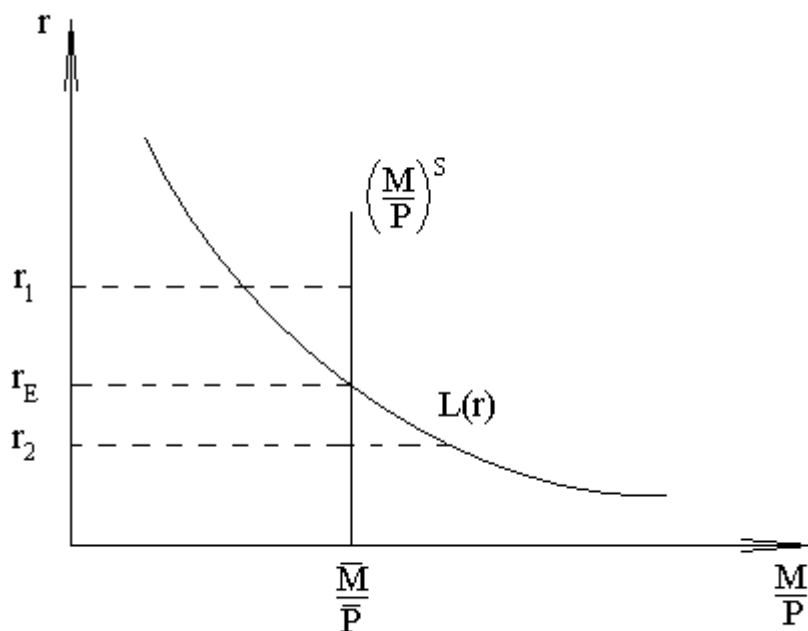


Рис. 9.

В равновесии величина спроса на реальные запасы денежных средств равна величине предложения реальных денег, и равновесие достигается при ставке процента  $r_E$ , называемой равновесной номинальной ставкой процента.

( Экономист должен употреблять слово «равновесие», не боясь повторов и речевых ошибок. )

Покажем, что равновесие на денежном рынке устойчиво по Вальрасу. Так, если ставка процента выше равновесной (на рис. 9 – это номинальная ставка процента  $r_1$ ), то люди, обладающие излишними запасами денег, будут обращать часть своих не приносящих процент денег в депозиты или облигации, тогда банки и ссудополучатели, которые не заинтересованы выплачивать высокие проценты, ответят на излишнее предложение денег, снижением ставок процента по депозитам и облигациям. Наоборот, если номинальная ставка процента ниже равновесной (на рис. 9 – это  $r_2$ ), люди будут стараться получить деньги, продавая облигации или закрывая свои депозиты, что заставит банки и других заемщиков на денежном рынке поднимать ставку процента до равновесного уровня.

Кроме ставки процента на реальные денежные запасы влияет и уровень дохода. Таким образом, функцию спроса на реальные денежные запасы можно записать в виде:

$$\left(\frac{M}{P}\right)^D = L\left(r, Y\right) \quad (10)$$

Кривая LM есть графическое изображение соотношения между уровнем дохода и номинальной ставкой процента. При каждом задаваемом экзогенно

предложении денежных средств  $\left(\frac{M}{P}\right)^S$  ставка процента будет тем выше, чем выше уровень дохода  $Y$  (см. рис. 10). На рис. 10 и рис. 11 показано построение кривой LM.

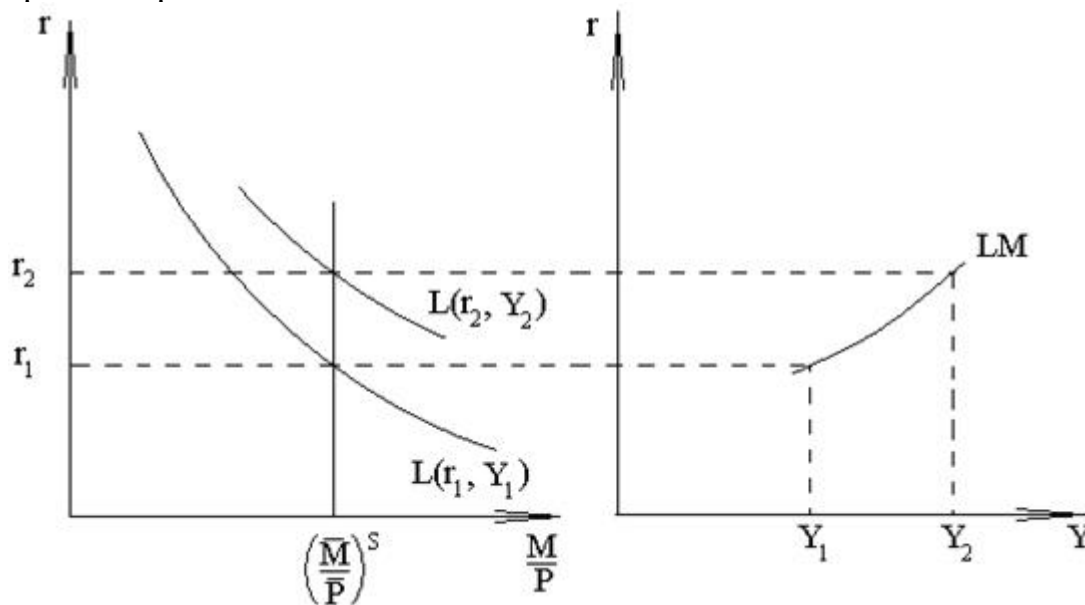


Рис. 10. Рис. 11.

### 6.1. Денежно-кредитная политика и сдвиги кривой LM.

Кривая LM изображается для каждого данного предложения денежных

средств в реальном выражении  $\left(\frac{\bar{M}}{\bar{P}}\right)^s$  однако если предложение денег изменяется, например государство начинает проводить рестрикционную политику, то номинальная ставка процента в коротком периоде повышается и кривая LM сдвигается вверх (см. рис. 12).

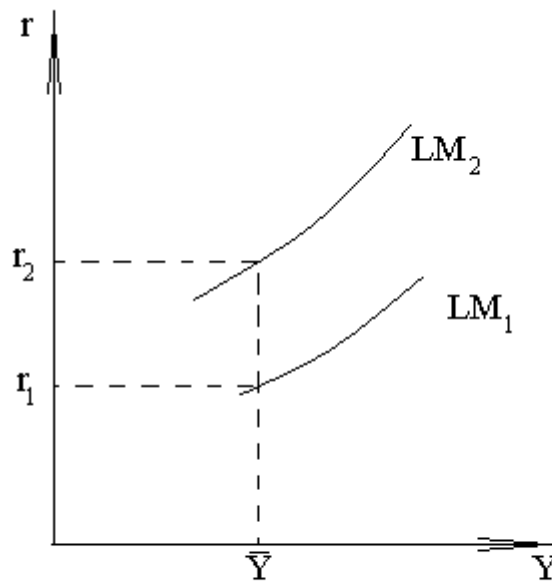


Рис. 12.

### 7. Равновесие в модели IS-LM в коротком периоде.

Модель IS-LM описывается системой трех уравнений:

$$\begin{cases} E = C(Y - \bar{T}) + I(r) + \bar{G} \\ Y = E \\ \frac{\bar{M}}{\bar{P}} = L(r, Y) \end{cases}$$

Графически решение этой системы представлено на рис. 13.



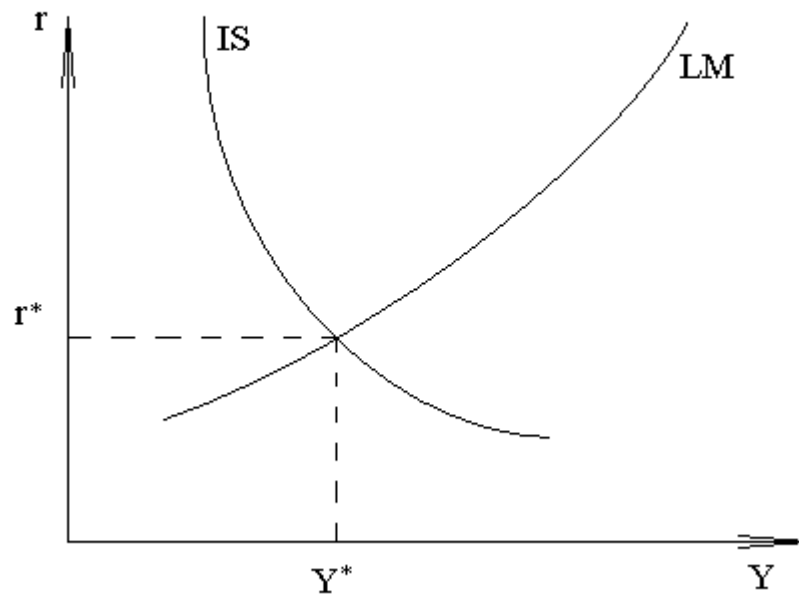


Рис. 13.

На рис. 13  $r^*$  - равновесная ставка процента, так как мы рассматриваем короткий период, то реальная и номинальная ставки процента совпадают;  $Y^*$  - равновесный уровень валового продукта (совокупного дохода) в экономике. Причем, необходимо отметить, что точка  $(r^*; Y^*)$  представляет собой ставку процента и доход, обеспечивающие состояние равновесия как на товарном, так и на денежном рынке.

#### 8. Анализ последствий бюджетно-налоговой политике в модели IS-LM.

Изменение государственных расходов и изменение налогов приводит в модели IS-LM к несколько другим результатам, чем в модели кейнсианского креста, так как модель кейнсианского креста не учитывает воздействие бюджетно-налоговой политики на денежный рынок даже в коротком периоде (при неизменном уровне цен).

##### 8.1. Воздействие изменения государственных расходов на экономику.

Как уже было показано в п.6.5.1., рост государственных расходов на величину  $\Delta G$  сдвигает кривую IS вправо на величину  $\frac{\Delta G}{1-MPC}$  (см. рис. 6).

Покажем, как в этом случае изменится равновесный доход в экономике и равновесная ставка процента с учетом денежного рынка (см. рис. 14).

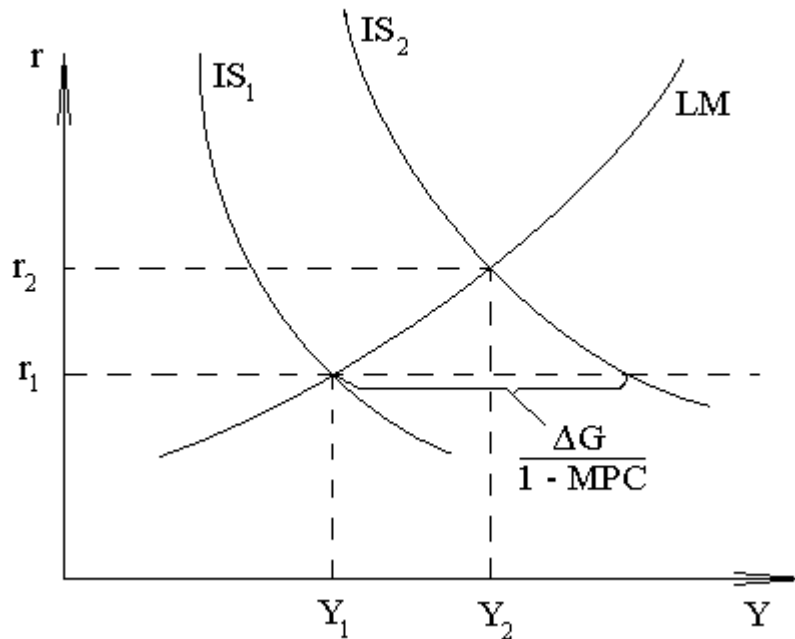


Рис. 14.

Таким образом, равновесный доход при увеличении (сокращении) государственных расходов увеличится (уменьшится) на меньшую величину, чем это предсказывает модель кейнсианского креста, а равновесная ставка процента при этом также вырастет (уменьшится), тогда как в модели кейнсианского креста воздействие изменений бюджетно-налоговой политики на ставку процента вообще не рассматривалось.

Меньший рост дохода при увеличении государственных расходов в модели IS-LM по сравнению с моделью кейнсианского креста вызван тем, что модель кейнсианского креста предполагает экзогенность инвестиций, тогда как в модели IS-LM инвестиции – уже эндогенная переменная, величина которой уменьшается, когда ставка процента растет.

#### 8.2. Воздействие изменения чистых налогов на экономику.

Как уже указывалось в п. 5.1., рост (сокращение) чистых налогов на величину  $\frac{|\Delta T| \cdot MPC}{1 - MPC}$  сдвигает кривую IS влево (вправо) на величину  $\frac{|\Delta T| \cdot MPC}{1 - MPC}$ , но в модели IS-LM происходит ситуация аналогичная с сокращением (ростом) государственных расходов.

Изобразим на рис. 15, к чему приведет сокращение налогов на величину  $|\Delta T|$ .

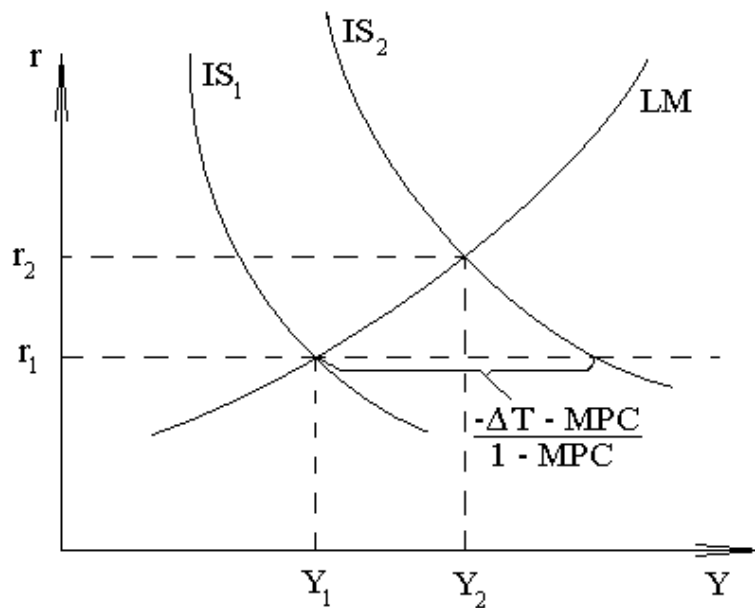


Рис. 15.

6.9. Воздействие изменений кредитно-денежной политики на экономику.

Как уже указывалось в п. 6.1., сокращение предложения денег сдвигает кривую LM вверх, а увеличение – вниз.

Рассмотрим воздействие роста денежного предложения в модели IS-LM. См. рис. 16.

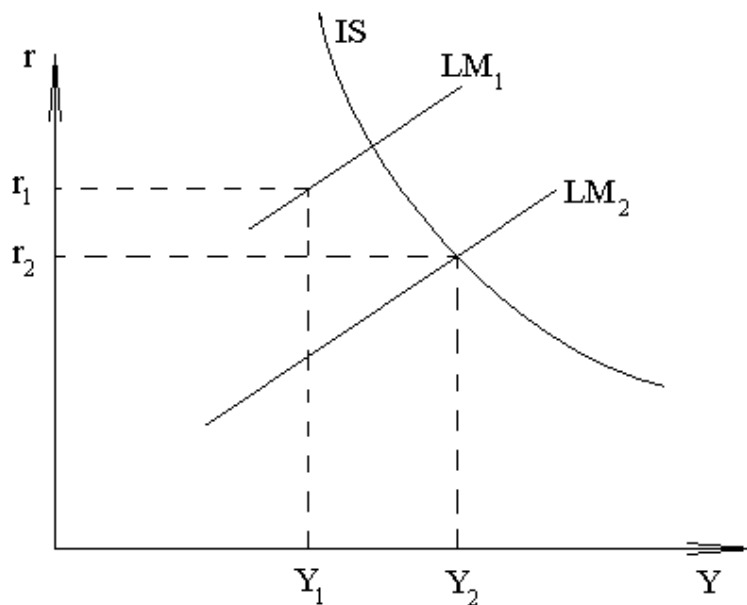


Рис. 16.

Таким образом, в коротком периоде, когда цены неизменны, увеличение предложения денег увеличивает доход и снижает ставку процента. Именно снижение ставки процента вследствие роста предложения денег запускает, так называемый, механизм денежной трансмиссии, так как снижение ставки процента стимулирует инвестиции и тем самым увеличивает спрос на товары и услуги.

Следует сказать, что в России после либерализации цен, цены, скорее всего, являются более гибкими, чем, например, в США, где существуют рекомендованные производителями цены, которые очень часто указываются на товарах, и розничная торговля обычно жестко придерживается установленных производителями цен. Впрочем, после последнего кризиса, благодаря мерам по стимулированию ликвидности, предпринятых Обамой, в США это тоже уже далеко не так.

10. Взаимодействие бюджетно-налоговой и денежно-кредитной политики в модели IS-LM.

В п.8. был проведен анализ последствий бюджетно-налоговой политики в модели IS-LM при неизменном предложении денег.

В п.9. был проведен анализ последствий изменения предложения денег при неизменной бюджетно-налоговой политике.

В этом пункте мы рассмотрим ситуацию, когда одновременно изменяется и предложение денег и бюджетно-налоговая политика (то есть госрасходы и (или) чистые налоги).

Анализируя возможные сдвиги кривых IS и LM, можно прийти к выводу, что возможны самые разные варианты государственной экономической политики, но обычно государственные органы придерживаются двух ориентиров: или стараются сохранить неизменной ставку процента (в этом случае мультипликаторы госрасходов и налоговый приводят к тем же последствиям при проведении бюджетно-налоговой политики, что и в модели кейнсианского креста), или стараются сохранить неизменным уровень дохода (в этом случае, при проведении бюджетно-налоговой и денежно-кредитной политики, ставка процента изменяется на большую величину, чем в п.9.).

Например, при одновременном росте госрасходов и политике дешевых денег, можно добиться варианта, при котором ставка процента останется неизменной, а доход вырастет так же, как и в модели кейнсианского креста (см. рис. 17).

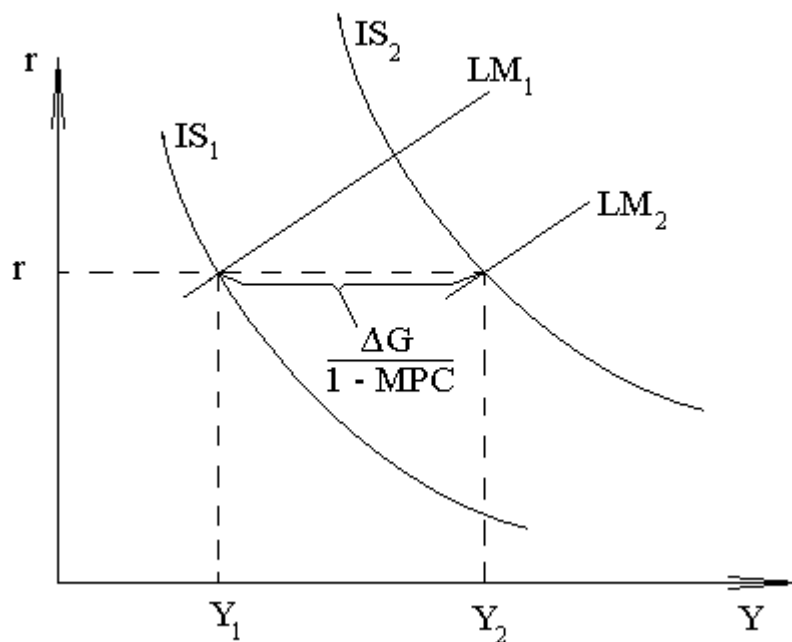


Рис. 17.

На рис. 18 представлена ситуация, когда при росте налогов и (или) сокращении госрасходов доход не изменился в результате проведения политики дешевых денег.

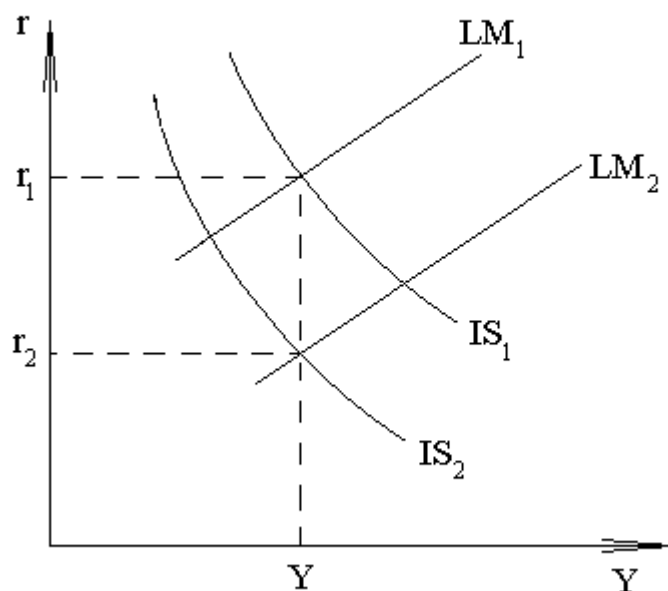


Рис. 18.

На рис. 19 представлен случай, когда в результате сокращения предложения денег доход не изменился за счет сокращения налогов и (или) роста госрасходов.

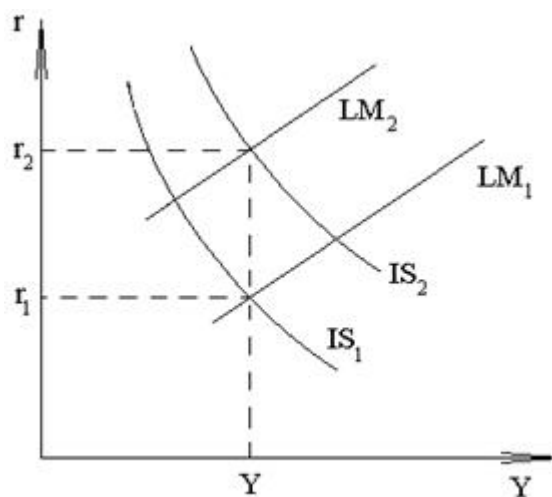


Рис. 19.

#### 11. Заключение.

Модель IS – LM во многих странах используется для макроэкономического моделирования результатов государственного воздействия на экономику. Так, например, в учебнике Мэнкью «Макроэкономика» [1] представлены результаты модели DRI макроэконометрического моделирования мультипликаторов бюджетно-налоговой политики при различных предложениях относительно кредитно-денежной политики для экономики США.

Следует сказать также, что сокращение ВВП, по закону Оукена, должно приводить к росту безработицы, но в последнее время появляется всё больше возможностей для занятости ( в России преимущественно «серой» ) в сети Интернет; интересный анализ российской специфики этого явления можно найти в серии статей [3], [4] , [5] и [6].

#### Библиографический список

1. Мэнкью Н.Г. «Макроэкономика», Пер. с англ., М.: Изд-во МГУ, 1994.
2. Даниил Федоров Государственное регулирование рыночной экономики. Lambert Academic Publishing, 2012.
3. Хусяинов Т.М. ЗАНЯТОСТЬ В СЕТИ INTERNET: ПОЗИЦИЯ РАБОТНИКА//ЧЕЛОВЕК В МИРЕ. МИР В ЧЕЛОВЕКЕ: актуальные проблемы философии, социологии, политологии и психологии Материалы XV Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» ЛЮБЛЯНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (СЛОВЕНИЯ). Пермь, 2012. С. 287-290.

4. Хусяинов Т.М. Субъекты рынка интернет-труда // Социальные инновации в развитии трудовых отношений и занятости в XXI веке Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского; Под общей редакцией З.Х. Саралиевой. Нижний Новгород, 2014. С. 518-521.

5. Хусяинов Т.М. Причины добровольного перехода сотрудников на занятость в сети Интернет (на примере Нижегородской области) // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2014. № 1-2. С. 468-473.

6. Хусяинов Т.М. Социально-правовой анализ трудовых соглашений с занятыми в сети Интернет (на примере Нижегородской области) // Политика и общество. 2015. № 3. С. 294-302.

~::~~::~~::~ Fedorov Daniil A.

~::~~::~~::~ **Some of the simplest models of economic policy in a short period almost without mathematics.**

~::~~::~~::~ **Abstract.** The paper provides a very concise presentation of the Model Keynesian cross and IS-LM model with almost no algebraic calculations and absolutely no elements of higher mathematics, it is quite reasonable even for the students of Junior high school, not to mention the Junior students of universities of all specialties.

~::~~::~~::~ **Keywords:** Endogenous variables, exogenous variables, planned expenditures, consumption, planned investment, investment, government purchases, net taxes, tax multiplier, government- purchases multiplier, demand for goods and services, real money balances, money demand, interest rate, real money supply, model Keynesian cross, IS-LM model

УДК 331.5

А.А. Халикова, И.А. Лакман

ФГБОУ ВПО Башкирский государственный университет, Уфа, Россия

## СРЕДНЕСРОЧНОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СПРОСА НА РЫНКЕ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ Г. УФЫ В РАЗРЕЗЕ КАТЕГОРИЙ ПРОФЕССИЙ

» **Аннотация.** В статье представлены результаты эконометрического моделирования и прогнозирования спроса на трудовую силу со стороны работодателей г. Уфы в разрезе укрупненных групп профессий на основе моделей временных рядов.

» **Ключевые слова:** Рынок труда, спрос на труд, прогнозирование, эконометрическое моделирование.

На сегодняшний день человеческий труд является одним из решающих факторов производства и до сих пор считается безальтернативным ресурсом. Рынок трудовых ресурсов и процессы, происходящие на нем, оказывают неоспоримое влияние на экономическую систему отдельных регионов и страны в целом. Поэтому изучение его структуры, моделирование и прогнозирование его дальнейшего развития имеет немаловажное значение.

В настоящее время одной из важнейших задач, решаемых городскими властями Уфы, является разработка Стратегии развития города до 2030 года. В рамках данной Стратегии также проводится исследование рынка труда, в частности спроса на трудовые ресурсы. И прогнозная часть данного исследования была проведена с применением методов эконометрического моделирования, причем спрос на рабочую силу рассматривается здесь по отдельным категориям профессий.

Для построения моделей спроса на городском рынке труда в разрезе категорий профессий (КИ) Центром занятости населения г. Уфы были предоставлены первичные данные за 2009 – 2014 гг. о количестве вакантных мест (*Demand*, чел.) [1]. При этом данные были представлены в разрезах «категория профессии – ВЭД», то есть в виде двумерной матрицы, каждый элемент  $x_{ij}$  которой отражает величину спроса на  $i$ -ую категорию профессии в  $j$ -ом секторе экономики [2].

Однако, источником первичных данных был предоставлен соответствующий показатель в разрезе 15 основных ВЭД и по профессиям, количество которых варьируется по годам от 492 до 645. При этом для рассмотрения были предоставлены квартальные данные за 2014 год, а также годовые данные за 2009–2013 гг. (на 31 декабря). Таким образом, для



дальнейшего моделирования первичные данные должны быть модифицированы путем следующих преобразований:

Верификация данных, то есть их агрегация по укрупненным категориям профессий. В результате проведения данной процедуры показатель спроса на трудовую силу в г. Уфе были объединены по 10 группам профессий.

Валидация данных (декомпозиция), заключающаяся в поквартальном разложении ежегодных данных. Для выполнения декомпозиции использовались имеющиеся квартальные данные за 2014 год, на основе которых были получены веса  $w_i$  ( $i=1 \dots 4$ ) по каждой категории профессии для каждого квартала.

Таким образом, в результате проведения описанных процедур было получено 24 матрицы (за каждый квартал), в каждой из которых отражается спрос на труд в разрезах 15 ВЭД и 10 КП (Таблица 1).

Таблица 1 – Рассматриваемые ВЭД (по ОКВЭД) и КП (по ОКПДТР)

№	ВЭД	№	КП (обозначение)
1	Промышленность	1	Руководители органов власти и управления всех уровней, включая руководителей учреждений, предприятий ( <i>Lead</i> )
2	Строительство		
3	Сельхоз производство	2	Специалисты высшего уровня квалификации ( <i>High_Q</i> )
4	Торговля и общепит	3	Специалисты среднего уровня квалификации ( <i>Av_Q</i> )
5	ЖКХ	4	Служащие, занятые подготовкой информации, учетом и обслуживанием оформлением документации, ( <i>Inf</i> )
6	Бытовое обслуживание		
7	Транспорт/связь	6	Квалифицированные рабочие сельского, лесного, охотничьего хозяйства, рыбоводства ( <i>Farm</i> )
8	Управление		
9	Наука	7	Квалифицированные рабочие крупных и мелких промышленных предприятий, художественных промыслов, строительства, транспорта, связи, геологии ( <i>Ent</i> )
10	Другие		
11	Кредит/финансы		
12	Здравоохранение	8	Операторы, аппаратчики, машинисты установок и машин, слесари-сборщики ( <i>Oper</i> )
13	Соц.обеспечение		
14	Образование	9	Неквалифицированные работники ( <i>UnQ</i> )
15	Культура	10	Другие профессии, ОКЗ не указан ( <i>Other_P</i> )

Так как для прогнозирования спроса на трудовую силу в г. Уфа в разрезе категорий профессий применяется эконометрический инструментарий, учитывающий динамику спроса во времени, для дальнейшего моделирования был произведен переход к временным рядам по укрупненным группам профессий путем суммирования по столбцам в каждой квартальной матрице.

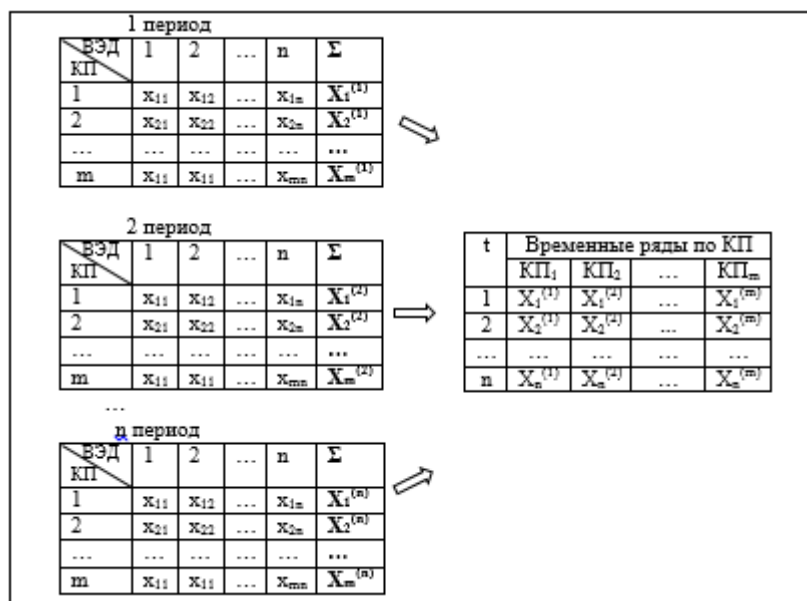


Рисунок 1 – Формирование временных рядов по категориям профессий

На следующем этапе работы был произведен анализ структуры полученных временных рядов по каждой КП с применением соответствующих эконометрических инструментов (изучение графиков исходных рядов, графиков автокорреляционной и частной автокорреляционной функций, расширенный тест Дики–Фуллера, тест Дики–Хаза–Фуллера, тест Квандта–Эндрюса) [4]. Полученные при этом выводы позволили перейти к непосредственному моделированию временных рядов и дальнейшему прогнозированию.

Прогнозирование величин спроса на трудовые ресурсы в г. Уфе по каждой из категорий профессий будет производиться на основе одной из следующих моделей:

сезонная модель авторегрессии проинтегрированного скользящего среднего SARIMA( $p, d, q, Ps, Qs$ ), имеющая вид:

$$\Delta^d y_t = \alpha_0 + \alpha_1 \Delta^d y_{t-1} + \alpha_2 \Delta^d y_{t-2} + \dots + \alpha_p \Delta^d y_{t-p} + \beta_1 \varepsilon_{t-1} + \beta_2 \varepsilon_{t-2} + \dots + \beta_q \varepsilon_{t-q} + \gamma_1 \Delta^d y_{t-T} + \gamma_2 \Delta^d y_{t-2 \cdot T} + \dots + \gamma_{Ps} \Delta^d y_{t-Ps \cdot T} + \delta_1 \varepsilon_{t-T} + \delta_2 \varepsilon_{t-2 \cdot T} + \dots + \delta_{Qs} \varepsilon_{t-Qs \cdot T} + \varepsilon_t$$

где  $y_t, y_{t-1}, \dots, y_{t-p}$  – значения временного ряда  $y$  в моменты времени  $t, t-1, \dots, t-p$  соответственно,  $\varepsilon_t, \varepsilon_{t-1}, \dots, \varepsilon_{t-p}$  – ошибки в моменты времени  $t, t-1, \dots, t-p$  соответственно,  $p$  – параметр авторегрессии,  $q$  – параметр (период запаздывания) скользящего среднего,  $d$  – порядок взятия разности,  $Ps$  и  $Qs$  – соответственно параметры сезонной авторегрессии и процесса скользящей средней,  $T$  – период сезонности [5]. адаптивная модель с включением сезонной компоненты (адаптивно, либо мультипликативно) и тренда, определенного функционального вида, если он характерен для временного ряда.

Таким образом, для каждого временного ряда его прогнозные значения будут получены в результате проведения следующих процедур:

– построение модели SARIMA ( $p, d, q, Ps, Qs$ ) (либо SARMA( $p, q, Ps, Qs$ ) в случае стационарности исходных рядов), при этом для одного ряда строится

несколько моделей при различных параметрах  $p$ ,  $q$ ,  $P_s$  и  $Q_s$ , из которых выбирается наилучшая модель, исходя из их качества и прогнозных свойств;

– построение различных адаптивных моделей в зависимости от вхождения сезонной компоненты в структуру ряда (адаптивная либо мультипликативная компонента) и тренда (линейный, экспоненциальный и др.), с последующей селекцией наилучшей из них на основе информационных критериев;

– сравнение результатов, полученных по двум вышеперечисленным моделям, и выбор наилучшей из них на основе показателей качества моделей (например, средней ошибки аппроксимации);

– получение базового среднесрочного прогноза по модели, признанной наилучшей из построенных, и формулировка вывода о качестве и точности полученных прогнозных значений на основе ошибки прогноза.

Стоит отметить, что для построения вышеописанных прогнозных моделей для каждой КП были использованы специализированные эконометрические пакеты Eviews и Statistica [6]. При этом каждая из отобранных моделей была проверена на адекватность (достоверность оценок коэффициентов модели) и признана пригодной для дальнейшего прогнозирования.

В результате построения двух прогнозных моделей и селекции лучших из них (с минимальными средними ошибками аппроксимации) было отобрано 10 моделей для каждой укрупненной группы профессий:

1) адаптивная прогнозная модель ряда  $Lead_t$  с линейным трендом и мультипликативной сезонностью (модель Хольта–Уинтерса):

$$\widetilde{Lead}_t(\tau) = (a_t + b_t\tau)f_{t-4+\tau}$$

где  $\tau$  – период упреждения прогноза,  $f_{t-4+\tau}$  – адаптируемый мультипликативный сезонный параметр (здесь  $T=4$  период сезонности),  $a_t$ ,  $b_t$  – адаптируемые параметры линейного тренда, корректировка которых производится согласно следующей системе:

$$\begin{cases} a_t = 0,855 \frac{Lead_t}{f_{t-4}} + 0,145(a_{t-1} + b_{t-1}) \\ b_t = 0,01(a_t - a_{t-1}) + 0,99b_{t-1} \\ f_t = 0,01 \frac{Lead_t}{a_t} + 0,99f_{t-4} \end{cases} ;$$

2) адаптивная прогнозная модель ряда  $High_Q_t$  с логарифмическим трендом и аддитивной сезонностью:

$$\widetilde{High_Q}_t(\tau) = \ln(a_t + b_t\tau) + f_{t-4+\tau}$$

$$\begin{cases} a_t = 0,687(High_Q_t - f_{t-4}) + 0,313(a_{t-1} + b_{t-1}) \\ b_t = 0,01(a_t - a_{t-1}) + 0,99b_{t-1} \\ f_t = 0,502(High_Q_t - f_{t-4}) + 0,498f_{t-4} \end{cases} ;$$

3) адаптивная прогнозная модель ряда  $Av\_Q_t$  без тренда и с мультипликативной сезонностью:

$$\begin{cases} \widehat{Av\_Q}_t(\tau) = a_t f_{t-4+\tau} \\ \begin{cases} a_t = 0,943 \frac{Av\_Q_t}{f_{t-4}} + 0,057 a_{t-1} \\ f_t = 0,01 \frac{Av\_Q_t}{a_t} + 0,09 f_{t-4} \end{cases} \end{cases};$$

4) модель SARIMA(2,1,0,4,4) ряда  $log\_INF_t$  (в скобках указаны  $t$ -статистики коэффициентов):

$$\Delta \log\_Inf_t = 0,11 - 0,56 \Delta \log\_Inf_{t-2} + 0,42 \Delta \log\_Inf_{t-4} + 0,95 \varepsilon_{t-4} + \varepsilon_t$$

(2,67) (-2,64) (2,00) (9,74)

5) адаптивная прогнозная модель ряда  $Serv_t$  с линейным трендом и мультипликативной сезонностью (модель Хольта–Уинтерса):

$$\begin{cases} \widehat{Serv}_t(\tau) = (a_t + b_t \tau) f_{t-4+\tau} \\ \begin{cases} a_t = 0,99 \frac{Serv_t}{f_{t-4}} + 0,01 (a_{t-1} + b_{t-1}) \\ b_t = 0,99 (a_t - a_{t-1}) + 0,01 b_{t-1} \\ f_t = 0,01 \frac{Serv_t}{a_t} + 0,99 f_{t-4} \end{cases} \end{cases};$$

6) адаптивная прогнозная модель ряда  $Farm_t$  с логарифмическим трендом и мультипликативной сезонностью:

$$\begin{cases} \widehat{Farm}_t(\tau) = \ln(a_t + b_t \tau) f_{t-4+\tau} \\ \begin{cases} a_t = 0,6 \frac{Farm_t}{f_{t-4}} + 0,4 (a_{t-1} + b_{t-1}) \\ b_t = 0,2 (a_t - a_{t-1}) + 0,8 b_{t-1} \\ f_t = 0,1 \frac{Farm_t}{a_t} + 0,9 f_{t-4} \end{cases} \end{cases};$$

7) адаптивная модель ряда  $Ent_t$  с линейным трендом и мультипликативной сезонностью (модель Хольта–Уинтерса):

$$\begin{cases} \widehat{Ent}_t(\tau) = (a_t + b_t \tau) f_{t-4+\tau} \\ \begin{cases} a_t = 0,975 \frac{Ent_t}{f_{t-4}} + 0,025 (a_{t-1} + b_{t-1}) \\ b_t = 0,01 (a_t - a_{t-1}) + 0,99 b_{t-1} \\ f_t = 0,01 \frac{Ent_t}{a_t} + 0,99 f_{t-4} \end{cases} \end{cases};$$

8) модель SARMA(2,0,4,4) ряда  $Oper_t$  с мультипликативной сезонностью, которая после преобразования принимает вид:

$$Oper_t = 1,15 Oper_{t-1} - 0,60 Oper_{t-2} + 0,96 Oper_{t-4} - 1,10 Oper_{t-5} + 0,58 Oper_{t-6} - 0,98 \varepsilon_{t-4} + \varepsilon_t$$

(8,29) (-4,08) (23,48) (-25,10)

9) адаптивная прогнозная модель ряда  $UnQ_t$  с линейным трендом и мультипликативной сезонностью (модель Хольта–Уинтерса):

$$\begin{cases} \widetilde{UnQ}_t(\tau) = (a_t + b_t \tau) f_{t-4+\tau} \\ a_t = 0,99 \frac{UnQ_t}{f_{t-4}} + 0,01(a_{t-1} + b_{t-1}) \\ b_t = 0,01(a_t - a_{t-1}) + 0,99b_{t-1} ; \\ f_t = 0,99 \frac{UnQ_t}{a_t} + 0,01f_{t-4} \end{cases}$$

10) адаптивная прогнозная модель ряда  $Other\_P_t$  с линейным трендом и мультипликативной сезонностью (модель Хольта–Уинтерса):

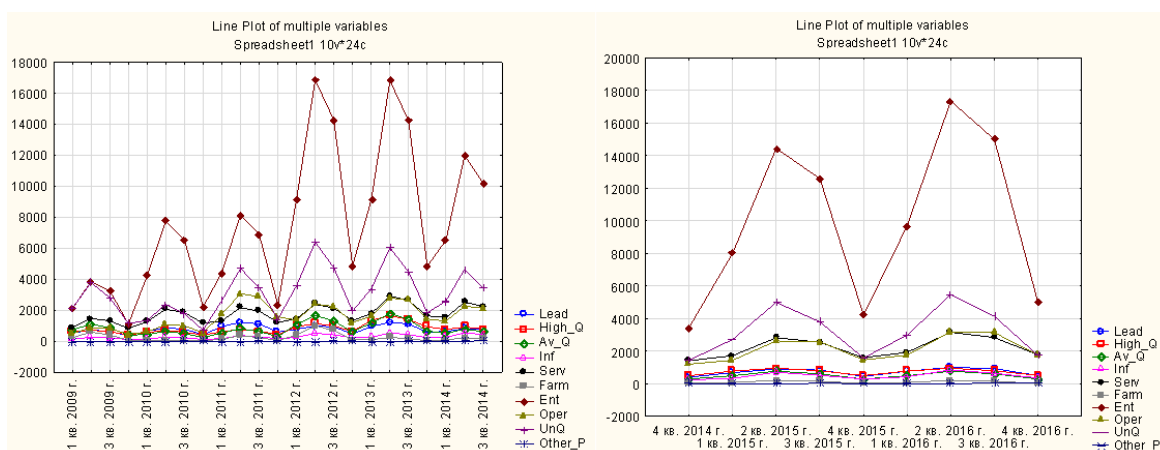
$$\begin{cases} \widetilde{Other\_P}_t(\tau) = (a_t + b_t \tau) f_{t-4+\tau} \\ a_t = 0,993 \frac{Other\_P_t}{f_{t-4}} + 0,007(a_{t-1} + b_{t-1}) \\ b_t = 0,132(a_t - a_{t-1}) + 0,868b_{t-1} \\ f_t = 0,99 \frac{Other\_P_t}{a_t} + 0,01f_{t-4} \end{cases}$$

На завершающем этапе прогнозирования спроса на трудовые ресурсы в г. Уфе на различные категории профессий на основе вышеописанных моделей в использованных при моделировании эконометрических пакетах были получены прогнозные значения соответствующих рядов на 9 прогнозных периодов вперед (таблица 2).

Таблица 2 – Прогнозирование спроса на труд в г. Уфе в разрезе КП

Период	Прогнозные значения спроса на трудовую силу									
	$Lead_t$	$High Q_t$	$Av Q_t$	$Inf_t$	$Serv_t$	$Farm_t$	$Ent_t$	$Oper_t$	$UnQ_t$	$Other P_t$
4 кв. 2014 г.	406	499	292	246	1424	24	3452	1209	1441	21
1 кв. 2015 г.	693	780	502	339	1725	82	8006	1453	2728	10
2 кв. 2015 г.	909	959	776	715	2831	218	14455	2635	4997	15
3 кв. 2015 г.	843	805	615	523	2551	155	12592	2591	3799	32
4 кв. 2015 г.	458	510	292	292	1605	24	4223	1467	1587	26
1 кв. 2016 г.	778	786	502	427	1937	82	9699	1763	2998	12
2 кв. 2016 г.	1017	962	776	860	3167	218	17358	3197	5478	19
3 кв. 2016 г.	941	807	615	644	2845	155	14999	3143	4156	39
4 кв. 2016 г.	509	511	292	360	1785	24	4994	1779	1733	32

Для проверки качества полученного прогноза по каждой модели была рассчитана ошибка прогноза для соответствующих значений 4 квартала 2014г. И было получено, что ни одна из ошибок прогноза не превышает 5% (в среднем 2,3%), что указывает на адекватность всех построенных моделей и их пригодность для прогнозирования [7]. Однако, стоит учитывать, что полученный среднесрочный прогноз является базовым, то есть прогнозные величины спроса на трудовую силу в г. Уфе будут иметь место лишь в том случае, если динамика соответствующих временных рядов останется неизменной.



(а) (б)

Рисунок 2 – Графики исходных временных рядов (а) и их прогнозных значений (б)

Исходя из величин прогнозных значений спроса на труд в разрезе категорий профессий можно сделать вывод о том, что динамика исследуемых величин останется схожей с их состоянием, наблюдаемым ранее. Так, в последующие периоды максимальная величина спроса со стороны работодателей характерна для категории квалифицированных рабочих крупных и мелких промышленных предприятий, строительства и транспорта. Также для всех укрупненных групп профессий характерно наличие сезонности в их потребности: наибольший спрос на рабочую силу работодатели предъявляют в середине года (2–3 кварталы), в то время как к концу года он начинает снижаться.

Таким образом, выводы, полученные при прогнозировании спроса на трудовую силу в г. Уфе в разрезе категорий профессий на основе моделирования временных рядов, могут дать некую картину дальнейшего развития рынка труда. И результаты проведенного исследования были учтены при разработке Стратегии развития г. Уфы до 2030 года.

**Библиографический список**

1. Состояние регистрируемого рынка труда РБ: [Электронный ресурс]// ГКУ Центр занятости населения города Уфы. Уфа, 2015. URL: [http://www.bashzan.ru/menu\\_items/438/posts](http://www.bashzan.ru/menu_items/438/posts) (Дата обращения: 10.01.2015).
2. Халикова, А.А. Анализ и прогнозирование спроса на рынке трудовых ресурсов г.Уфы в разрезах ОКВЭД и категорий профессий / А.А. Халикова, А.В. Гуляева // Математические методы и модели в исследовании государственных и корпоративных финансов и финансовых рынков: сборник материалов Всероссийской молодежной научно-практической конференции (27–28 апреля 2015г.). – Уфа: Аэтерна, 2015. – С. 94–98.
3. Халикова, А.А. Theoretical and empirical prerequisites of Ufa's labor market modeling / А.А. Халикова // Молодые исследователи и наука: реальность и перспективы: сб. научных трудов по материалам IV Всероссийской научно-практической конференции студентов и молодых ученых с международным участием (24–25 апреля 2015 г.) – Уфа: РИЦ БашГУ, 2015. – С.57–59.
4. Елисеева, И. И. Эконометрика / И.И. Елисеева, С.В. Курышева, Т.В. Костеева – М.: Финансы и статистика, 2007. – 576с.
5. Турунцева, М.Ю. Анализ временных рядов: Пособие для студентов / М.Ю. Турунцева – М.: МИЭФ ГУ ВШЭ, 2003. – 63 с.
6. Боровиков, В.П. Statistica. Искусство анализа данных на компьютере / В.П. Боровиков – 2 изд. – СПб: Изд-во Питер, 2003. – С. 127–312.
7. Саяпова А.Р., Гусельникова Е.А., Лакман И.А., Шамуратов Н.М. Математические методы прогнозирования экономических показателей. Уфа, 2000 г. – 128 с.

~ A.A. Khalikova

~ **Med-term forecasting of Ufa's labor demand in the context of categories of professions**

~ **Abstract.** The paper discusses the results of econometric modeling and forecasting of labor demand of Ufa's employers in the context of integrated groups of professions, which is based on time series models.

УДК 338.12

Т.А. Худякова

ФГБОУ ВПО Южно-Уральский государственный университет (НИУ),  
Челябинск, Россия.

## АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ\*

**Аннотация.** В статье рассматривается влияние неопределенности внешней среды функционирования предприятия на его финансово-экономическую устойчивость. Анализируются зависимость колебаний показателей, характеризующих устойчивое функционирование хозяйствующего субъекта, от мирового кризиса.

**Ключевые слова:** Финансовая устойчивость, экономическая устойчивость, неопределенность среды, банкротство предприятия.

*\*Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта №15-32-01051*

Сложность при создании условий устойчивого функционирования национальной экономики заключается в том, что на рубеже XX–XXI веков все больше усиливается глобализация мировой экономики, которая проявляется во взаимозависимости экономик отдельных стран, влиянии международных экономических отношений на состояние экономики. Между странами возникают интернациональные устойчивые экономические связи. Возникает экономическая интеграция, обусловленная международным разделением труда, интернационализацией капитала, глобальным характером научно-технического прогресса, повышением степени открытости национальных экономик и свободы торговли. Таким образом, происходит сближение экономик различных стран, включение их в единый воспроизводственный процесс в мировых масштабах.

Несмотря на то, что международная экономическая интеграция является достаточно высоким и перспективным уровнем развития мировой экономики, именно она повышает степень неопределенности внешней среды функционирования предприятий различных стран, делая их зависимыми и уязвимыми к изменениям в экономиках других государств.

Колебания на мировых валютных рынках в купе с ухудшением состояния российской промышленности в 2014–2015 годах привели к проявлению значительных колебаний курса национальной валюты. Главная причина падения курса рубля, как полагают трейдеры, опять скрывается в



глобализации экономики. Уменьшение свободной денежной массы в США повлекло перераспределение потоков инвестиций в мире. Капитал начал выводиться с рынков развивающихся стран, к которым принадлежит и Россия, и вкладываться в экономики развитых стран.

Колебания на валютном рынке незамедлительно сказались на состоянии российской промышленности, еще более усугубив её положение. Уже по итогам первых трех месяцев 2014 года по ряду направлений наукоемкой промышленности наблюдается откровенный провал. Производство газовых турбин упало на 49%, генераторов – на 32,3%, машин для внесения удобрений – на 76,5%, металлорежущих станков – на 13,7%, кузнечно-прессовых машин – на 27%, сталеплавильного оборудования и литейных машин – на 24,7%, буровых установок – на 34%, гусеничных тракторов – на 58,4%, а выпуск прокатного оборудования – и вовсе на 87,3%.

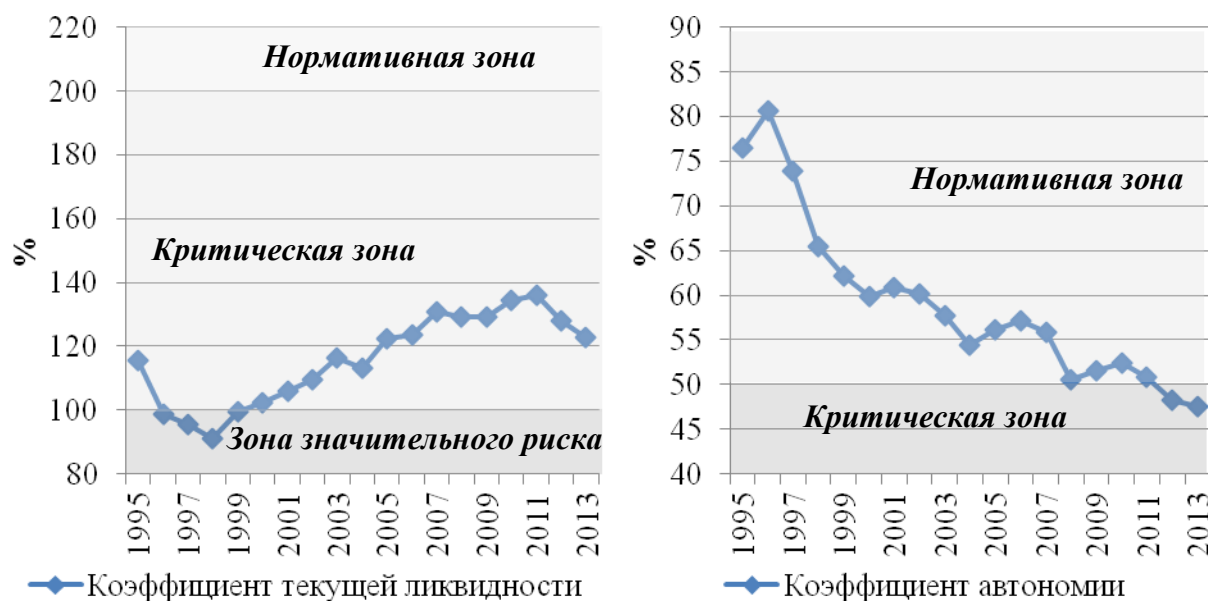
Аналогичная ситуация складывается и в электронной промышленности. Однако еще больше опасений вызывает спад в транспортном машиностроении, так производство грузовых автомобилей за первые 3 месяца 2014 года сократилось на 25,7%, автобусов – на 28,9%, троллейбусов – на 56,4%, что стало глубочайшим обвалом со времен кризиса 2008–2009 годов.

В тоже время, по мнению экспертов тенденции валютного рынка, скорее всего, будут сохранять актуальность и в ближайшие годы. А значит, и в дальнейшем следует ждать их негативного влияния на экономику, как отдельных предприятий, так и страны в целом.

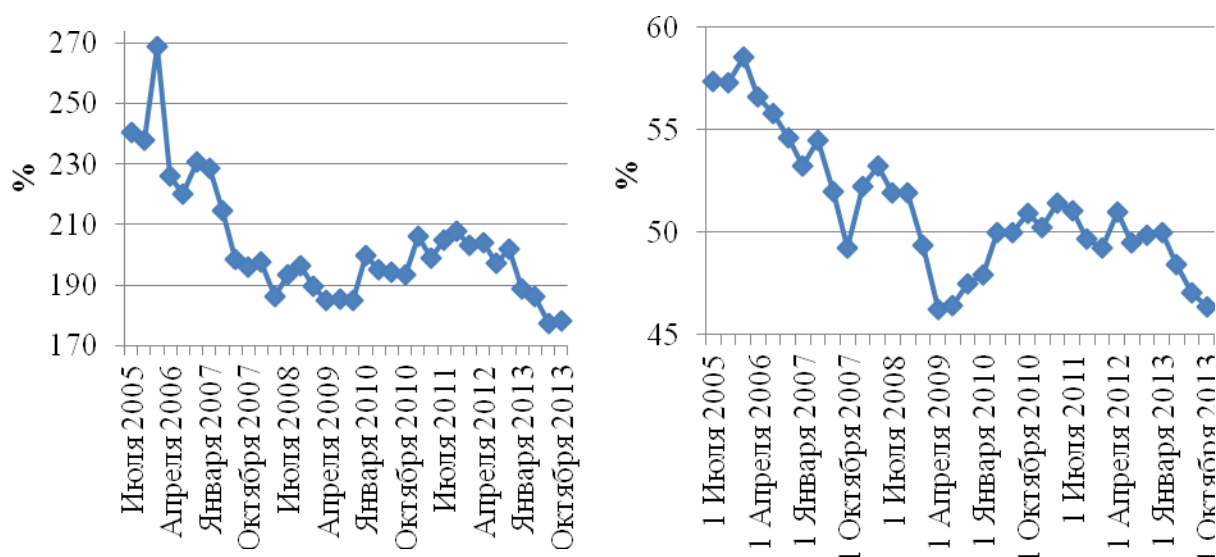
Неопределенность, присутствующая в российской экономике в начале 2014–2015 годов, резко усилена украинским конфликтом, в результате которого Россия подверглась санкциям со стороны Запада. Последствия введенных санкций не заставили себя ждать долго, их негативное влияние можно наблюдать и с той и с другой стороны.

Понятно, что резкие колебания макроэкономических показателей, не могут не сказываться на финансово-экономической устойчивости конечных звеньев экономики – предприятиях. Финансовые коэффициенты показывают значительную зависимость от возмущений внешней среды [1], которая резко обостряется во времена кризисов. Так, например, коэффициент автономии, или как его еще называют коэффициент финансовой независимости, характеризующий насколько предприятие независимо от кредиторов, значение которого прямо пропорционально уровню финансовой устойчивости предприятия показывает отрицательную динамику на протяжении последнего десятилетия (рис. 1–2).

В Российской Федерации также наблюдался скачок количества банкротств, обусловленный мировым кризисом 2008–2009 года, пик которого пришелся на 2010 год. На рисунок 3 можно увидеть, что только по решению арбитражного суда в 2010 году в Российской Федерации было признано банкротами более 16 тыс. предприятий-должников [2].



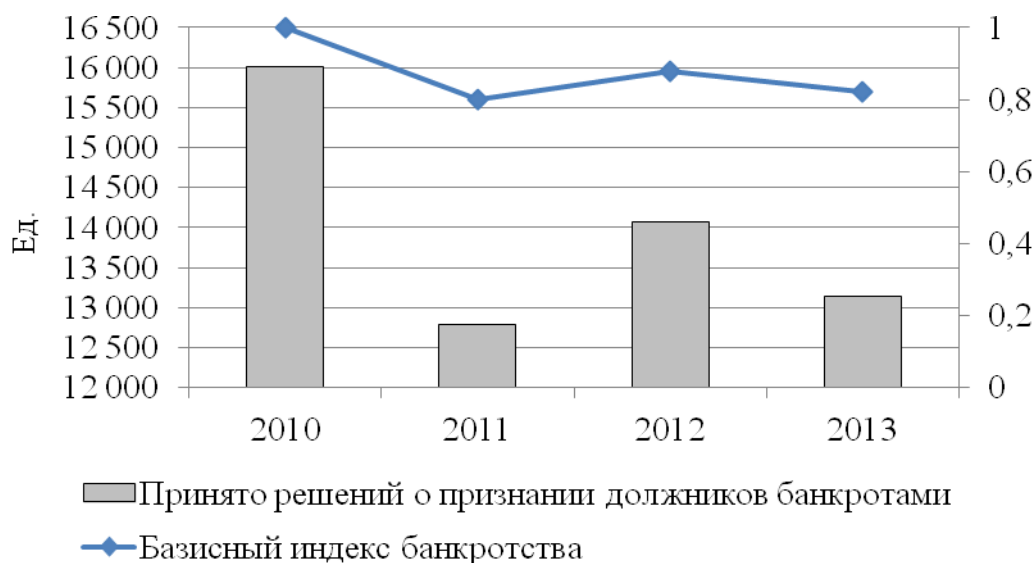
**Рисунок 1. Значения коэффициентов текущей ликвидности и автономии российских предприятий (без учета малого бизнеса)**



**Рисунок 2. Динамика коэффициентов текущей ликвидности и автономии российских предприятий (без учета малого бизнеса)**

Примеры нестабильности деятельности предприятий, вызванной колебаниями внешней среды, можно приводить и дальше, ведь, как известно, экономика развивается циклически, постоянно сталкиваясь с флуктуациями, вызванными экономическими циклами различной длины [3–7].

Всё это обуславливает необходимость разработки инструментария для комплексного управления устойчивостью хозяйствующего субъекта.



**Рисунок 3. Динамика банкротств юридических лиц в Российской Федерации**

Однако на сегодняшний день лишь немногие российские предприятия начинают применять в своей деятельности элементы контроллинга. Создание же эффективной всеобъемлющей системы – это перспективная задача развития экономической науки.

Понятно, что говорить в этих условиях, даже во время временной, как кажется, стабильности национальной экономики, о полной застрахованности предприятий от флуктуаций среды их функционирования не представляется возможным. Колебания всех показателей, характеризующих эффективность работы, как отдельных хозяйствующих субъектов, так и экономик стран в целом также подтверждают существование постоянных флуктуаций в среде функционирования предприятий, усиливающихся особенно в период кризиса.

#### Библиографический список

1. Худякова Т.А. Роль контроллинга при управлении устойчивостью промышленного предприятия / Т.А. Худякова // Международная научно- практическая конференция «Инновационное развитие современной науки: сборник статей». – Уфа: РИЦ БашГУ, 2014. – С. 293–295.
2. Статистика банкротств в Российской Федерации [Электрон. ресурс] // URL: [http://bankrot-inform.ru/statistika\\_bankrotstv](http://bankrot-inform.ru/statistika_bankrotstv) (дата обращения: 01.08.2014).
3. Шмидт А.В., Худякова Т.А. Проблема устойчивости финансового состояния предприятий в условиях транзитивной экономики // Теоретические и практические проблемы экономического роста и развития в транзитивной экономике: Сб. науч. тр. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2003.
4. Шмидт А.В., Худякова Т.А. Моделирование управления развитием промышленного предприятия по критерию экономической устойчивости // Монография. – LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH&Co.KG, 2012. – 191 с.

5. Шмидт А.В. Вероятность устойчивого функционирования экономической системы // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного университета. – 2011. – №4(127). – С. 277–282.

6. Ефимова М.Г., Худякова Т.А. Анализ влияния внешней среды на стоимость предприятия с позиции экономической устойчивости // Экономика и менеджмент систем управления. – 2015. – Т. 16. – № 2.1. – С. 132–138.

7. Shmidt A.V., Khudyakova T.A. Steady functioning of an enterprise in the conditions of variable economy // Mediterranean Journal of Social Sciences. – 2015. – Т. 6. – № 4. – PP. 274–279.

Т.А. Khudyakova

**Analysis of the impact of the uncertainty of the external environment on the financial and economic stability of the enterprise**

**Abstract.** The article examines the impact of the uncertainty of the external environment on the functioning of the enterprise's financial and economic stability. The dependence of the oscillation parameters characterizing the stable functioning of the economic entity of the global crisis.

**Keywords:** Financial stability, economic stability, the uncertainty of the environment, the bankruptcy of the enterprise.

УДК 339.13.024

М.П.Чайковская

Одесский национальный университет имени И.И.Мечникова, Одесса, Украина.

## МАРКЕТИНГОВЫЕ ИННОВАЦИИ ВЕНЧУРНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ

**Аннотация.** В статье рассматривается создание оптимальной маркетинговой стратегии использования Crowdfunding-платформ, специфика и особенности продвижения проектов на платформе Kickstarter в отдельных отраслях в реалиях украинского рынка.

**Ключевые слова:** венчурное инвестирование, Crowdfunding, стартап.

Инновационная деятельность в условиях ускорения процессов информатизации, перехода от индустриальной модели развития к инновационной, является главным инструментом повышения конкурентоспособности предприятий и единственной возможностью выживания в динамичной, турбулентной макросреде.

Современный мир переживает всплеск технологических открытий, бурный рост количества инновационных идей, острую необходимость их скорейшей практической реализации, что ведет к смещению приоритетов инвестирования по стадиям жизненного цикла инноваций и требует разработки новых маркетинговых стратегий инвестирования в стартапы, как наиболее перспективных в высокотехнологических отраслях.

Одним из наиболее актуальных вопросов современного этапа инновационного и технологического развития является поиск и использование качественно новых технологий инвестирования на базе информационно-коммуникационных, организационно-управленческих и маркетинговых инноваций.

Последние годы особое внимание уделяется вопросам исследования венчурного предпринимательства в инновационной сфере (Гарнер Д., Оуэн Р., Конвей Р., Броффи Д., Соломон А., Хорсман В., Уолл Д., Смит Д., Шерлинг К., Старманс Р. и др.); возможностей различных форм венчурного инвестирования для создания и поддержка новых фирм, финансирования малых и средних технологических предприятий, способных взять на себя функции по производству ключевых компонент и созданию инновационных продуктов для больших фирм, для реализации инновационного потенциала и развития высокотехнологичных отраслей промышленности (Бардиан А.Б., Голиченко О.Г., Ратнер С.В.).

Современным направлением исследования является изучение социально-экономических основ и видов ресурсомобилизующих технологий на базе интеллектуального сотрудничества посредством социальных сетей и Интернет, таких как краудсорсинг, краудинвестинг (в основном зарубежные авторы - Джефф Хау, Мартин Джайлс, Дон Топскотт, Энтони Д.Уильямс, Джон Мокир, Дж.Эндрюс, Гончарук Н.).

Однако вопросы поиска инновационных моделей и инструментов инвестирования на базе информационно-коммуникационных и социальных технологий в украинских реалиях, анализа возможностей их практической реализации и повышения эффективности остаются актуальными.

Целью работы является анализ особенностей получения стартового капитала с помощью технологии Crowdfunding, разработка эффективной маркетинговой стратегии использования модели венчурного инвестирования Crowdfunding на примере платформы Kickstarter.

Инновации являлись и являются двигателем общественного развития, именно они определяют каким будет мир через год, пять, десять лет. В современном мире выделился отдельный тип компаний — «startup», ориентированные на введение инноваций и совершенствование тех или иных процессов в жизни и бизнесе человека. Стартап — это новая, небольшая, быстроразвивающаяся компания, имеющая в своей основе инновационную

идею и созданная для поиска прибыльной бизнес-модели и последующего выхода на IPO или продажи [1].

В Украине стартап-индустрия развивается быстрыми темпами: в 2012 году на рынок вышло 5 новых бизнес-инкубаторов, несколько венчурных фондов, украинские стартапы обсуждали во всем мире (PetCube, VOX). Но в связи с политическим и финансовым кризисом, некоторые инкубаторы и фонды перестали финансировать украинских стартаперов. Тем не менее, в 2014 году многие украинские стартапы получили инвестиции как от украинских, так и иностранных фондов и ангелов (Ecois.me, Казначей, Luiciding и другие). Наиболее перспективными сферами стартап-индустрии, определяющими тенденции развития отрасли являются: виртуальная реальность; большие данные; интернет вещей; 3Д-печать; совместное потребление; облачные технологии; цифровое здоровье; онлайн-образование; зеленые технологии.

Количество и качество стартапов являются важной составляющей IT-инфраструктуры государства, индикатором развития внутреннего IT-рынка, средством привлечения внешних инвестиций. Состояние индустрии стартапов в мире определяется прежде всего состоянием инфраструктуры (экосистемой) и количеством создающихся стартапов ежегодно.

Экосистема стартапов напрямую зависит от состояния рынка венчурных инвестиций. На данный момент одной из самых эффективных моделей получения стартового капитала на базе социального Интернет является технология Crowdfunding. Ее суть заключается в получении инвестиций в достаточно большом объеме за счет поддержки частных лиц на территории всей планеты, выражающейся в виде передачи различных сумм денежных средств для осуществления проекта. Crowdfunding позволяет собрать необходимую сумму инвестиций в достаточно короткие сроки. Такой эффект достигается за счет высокого уровня популярности Crowdfunding платформ и, соответственно, их высокой посещаемости [2].

Технология Crowdfunding является развитием парадигмы Crowdsourcing (модели для решения любого вида проблем и задач, стоящих как перед бизнесом, так и перед государством, когда решение задачи передается распределенной и очень многочисленной группе людей, за счет чего стоимость и время достижения результата радикально снижаются). Статистика развития технологии Crowdfunding свидетельствует о бурном росте: 2010 год - \$89 млн., 2011 - \$1,47 млрд., 2012 - \$2,66 млрд., 2013 - \$5,12 млрд., 2014 - \$9,54 млрд. [3].

Последние годы наблюдается активный рост в мире инструментов практической реализации технологии Crowdfunding. Сейчас насчитывается около 300 сайтов, среди них такие крупные платформы как kickstarter.com, LendingClub.com, GoFundMe, profounder.com, peerbackers.com, kiva.org, RocketHub, различающиеся алгоритмами продвижения страниц или

компаний пользователей, сроками выплаты средств, технологиями перевода средств, ориентацией на определенные типы инновационных проектов, страной разработчиком.

Анализ современных практических Crowdfunding платформа позволил выделить платформу Kickstarter, как наиболее успешную. За время существования Kickstarter на ней было собрано \$1170787170 на финансирование 63843 проектов. В качестве инвесторов выступили 6,4 млн. человек, из которых 1,9 млн. человек совершали вклады в различные проекты больше 1 раза [4, с.142].

Анализ украинского рынка стартапов позволил выделить следующие критерии успешности на основании этапов развития стартапа: идея (степень ее инновационности, оригинальности, важности решаемой проблемы); команда (сплоченность и профессионализм); инвестиции (привлечение венчурных инвестиций на ранних стадиях); модель развития (горизонтальная, вертикальная); модель монетизации (комиссия или фиксированная плата); перспективы роста. Принципы успешности стартапов: решение реальной проблемы; мобильность; глобальность; легкость использования для пользователей и легкодоступны; кроссплатформенность; экономичность; монетизация в виде комиссии; совместное потребление [5, с.230].

Опираясь на основные принципы работы в рамках технологии Crowdfunding, а также на специфику платформы Kickstarter, была создана маркетинговая стратегия работы с Crowdfunding платформами, которая предусматривает наиболее эффективное представление своего проекта и ведет к получению необходимых инвестиций для доведения проекта до стадии начала реализации на основе полученных инвестиций.

Данная стратегия ориентирована на общие принципы работы с технологией Crowdfunding, но при этом, в основном, создавалась на основе особенностей платформы Kickstarter. При составлении стратегии продвижения своего проекта в рамках данных платформ учитывалась масса ключевых аспектов, характерных как для всей технологии в целом, так и для платформы Kickstarter в частности.

При работе с проектом на Kickstarter необходимо: грамотно, лаконично и эффектно продемонстрировать достоинства и инновационность своего проекта (такой эффект достигается за счет качественного текстового и графического оформления страницы проекта на Kickstarter, качественных видеороликов, размещенные на страницах проектов); обеспечить максимальную информационную поддержку на протяжении всей компании посредством размещения информации о проекте на крупных блогах, СМИ и прочих информационных ресурсах, предоставляющих возможность распространения информации о проекте; при выборе площадок для размещения информации о проекте важно отдавать предпочтения

американским крупным блогам и СМИ, как наиболее авторитетным для посетителей [6, с.87].

Была построена агентная модель маркетинговой стратегий венчурного инвестирования, базирующаяся на принципе максимальной доступности для инвестирования определенной категории проектов.

Модель отражает емкость рынка и в зависимости от особенностей сферы деятельности, на основе статистики крупнейшей Crowdfunding-платформы Kickstarter.

Результаты моделирования позволили выработать рекомендации по оптимальному количеству этапов инвестирования и составных частей максимальной суммы вклада в зависимости от категории проекта с целью повышения шансов startup-проекта на раунде Crowdfunding-финансирования: для сферы Технологии - разбивка максимальной суммы на шесть частей, это дает максимальный эффект с наименьшими затратами и объемом недополученных инвестиций; для сферы Игры - количество шагов будет составлять семь, это связано с небольшой разницей в среднем объеме инвестиций; для сферы Дизайн рекомендуется использовать структуру в пять шагов, это связано со значительно меньшей в среднем по области средней максимальной суммой вкладов; для сферы Фильмы и Видео эта структура составляет пятнадцать, поскольку статистические показатели среднего взноса для этих проектов значительно меньше других; для сферы Музыка рекомендуемое количество шагов составляет девять, это связано с достаточно низким средним уровнем вкладов, однако довольно большими объемами самих проектов.

Однако при всех достоинствах, технология Crowdfunding имеет свои ограничения. Данная модель финансирования эффективна для прорывных инновационных продуктов; для увлекательных идей; для продуктов, использующих функционирующий сервис с крупной пользовательской базой; для проектов с яркой визуализационной составляющей, четко выделенной целевой аудиторией, имеющих выход на СМИ; для компаний, имеющих опыт реализации инновационных проектов [7, с.355].

Использование инновационной маркетинговой структуры позволяет повысить шансы сбора максимальной суммы на раунде Crowdfunding финансирования. Общие принципы продвижения проектов на Crowdfunding платформах остаются неизменными для проектов из всех отраслей, но при этом для каждой отрасли появляются определенные особенности формирования проекта, маркетинговой стратегии его продвижения и воплощения ее в жизнь. На сегодняшний день Crowdfunding-платформы являются одним из самых эффективных и удобных способов получения стартового капитала, инновационным элементом мировой инфраструктуры (инвестиционной, технологической).



### Библиографический список

1. Scott Steinberg, Rusel DeMaria, Jon Kimmich, Eric Miquicosky The Crowdfunding Bible READ.ME, 2012.
2. Kevin Lawton, Dan Marom The Crowdfunding Revolution: Social Networking Meets Venture Financing, 2010.
3. Crowdfunding industry report: Market Trends, Composition and Crowdfunding Platforms – [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.crowdsourcing.org/document/crowdfunding-industry-report-abridged-version-market-trends-composition-and-crowdfunding-platforms/14277>
4. Чайковская М.П. Сравнительная характеристика Crowdfunding платформ // М.П.Чайковская, Н.А. Буданцов //Инфокоммунікації – сучасність та майбутнє Ч.4. – Одеса:ОНАЗ, 2014. – с. 140-143.
5. Чайковська М.П. Моделювання процесів венчурного інвестування сучасних стартапів в умовах українського ринку // М.П. Чайковська, Ю.А. Гульпа // Інформаційні технології та моделювання в економіці:Зб.наук. праць. – Черкаси: Брама-Україна, 2015. – с.228-232.
6. Чайковская М.П. Crowdfunding как инновационная модель инвестирования // М.П.Чайковская, Н.А. Буданцов // Актуальні проблеми емерджентної економіки в контексті мережної парадигми: Монографія/За ред. Проф. Соловійова В.М. – Черкаси:Брама-Україна, 2014. – с.80-97.
7. Чайковская М.П. Перспективы, стратегии, проблемы использования технологии Crowdfunding на Украинском рынке // М.П.Чайковская, Н.А. Буданцов // Сборник научных статей Международной научно-практической конференции “Механизмы обеспечения конкурентоспособности и качества экономического роста в условиях модернизации экономики”. – Молдова, Кишинев: Словянский университет, 2015.- С.350-358.

Chaikovska M.

#### Marketing Innovation of Venture Investment

**Abstract.** This article describes how to create the optimal marketing strategy Crowdfunding-projects in certain sectors in the realities of the Ukrainian market.

**Keywords:** venture capital investment, Crowdfunding, a startup.

УДК 338.24.01

Д. Н. Чулков

Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва,  
Россия

## ПРОТИВОРЕЧИЯ МЕЖДУ СТАНДАРТНОЙ И УНИКАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩИМИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

**Аннотация:** в работе выявлены внутреннее и внешнее противоречия между стандартной и уникальной составляющими в работе компаний. Описаны основные инструменты устранения внешнего противоречия. Предложен алгоритм устранения внутреннего противоречия

**Ключевые слова:** дифференциация, стандартизация, унификация, проект, бизнес-процесс

Современная фирма в своей деятельности сталкивается как минимум с одним из двух противоречий:

- При взаимодействии со своими потребителями компания, с одной стороны, вынуждена для удержания своей доли на рынке максимально адаптировать свой продукт к запросам различных представителей своей целевой аудитории (особенно ярко это проявляется на рынке b2b, где заказчики настаивают на наиболее полном соответствии приобретаемой продукции своим специфическим запросам; примером может служить производство поставщиками продуктов питания продукции под торговой маркой розничных сетей, в требуемой расфасовке, упаковке и т. д.), а с другой стороны, в условиях нарастающей конкуренции ей необходимо минимизировать свои издержки (в противном случае, даже обеспечив соответствие товара запросам заказчика, фирма утратит конкурентоспособность по цене, и потеряет часть своей доли рынка). Противоречие заключается в том, что адаптация предполагает производство уникального продукта, что требует определенных затрат на адаптацию, тогда как минимизация затрат проще всего достигается благодаря стандартизации за счет эффекта масштаба. Необходимость устранения этого противоречия фактически означает, что фирма должна найти баланс между двумя основными моделями обеспечения конкурентного преимущества: лидерство по издержкам и дифференциация. Это противоречие носит внешний характер, так как обуславливается особенностями организации взаимодействия фирмы со своей микросредой (более конкретно – с потребителями);

- В ходе своей хозяйственной деятельности фирма реализует уникальные (т. е. не повторяющиеся, носящие разовый характер) проекты, направленные на достижение ее целей. Эти проекты могут носить как внешний характер, т. е. быть предназначенными для удовлетворения потребностей заказчика (например, внедрение ERP-системы на производстве), так и внутренний (т. е. быть связанными с реализацией функций компании – например, постройка жилого комплекса, открытие магазина в новом регионе, разработка нового продукта и т. д.). Противоречие заключается в том, что, с одной стороны, уникальность каждого проекта во-первых, требует наличия у фирмы уникальных активов (материальных, человеческих, организационных), и, во-вторых, создает для нее высокие риски в силу высокой неопределенности конечного результата такого проекта, а с другой стороны, возможности фирмы по формированию ресурсов ограничены, и она нуждается в наличии определенности (а для ее обеспечения фирме придется отказаться от уникальности проекта, что нередко влечет за собой либо отказ от проекта в принципе, либо его низкую эффективность). В этом случае фирме необходимо искать компромисс между уникальным содержанием проекта и своей потребностью в стандартизации бизнес-процессов (т. е. обеспечением предсказуемости результата). Поскольку это противоречие связано в первую очередь с внутренним функционированием фирмы, мы предлагаем называть его внутренним. Необходимость устранения этого противоречия означает, что фирме придется искать компромисс между проектной и рутинной составляющими в своей деятельности, и пытаться переводить часть проектных задач в разряд операционной деятельности.

Хотя оба противоречия в своей основе имеют конфликт между уникальным и стандартным, они не равнозначны друг другу. Внешнее противоречие связано с потребностью обеспечения дифференцированных характеристик продукта для заказчика, однако не обязательно предполагает осуществление этой дифференциации путем какого-либо уникального проекта. Механизм обеспечения дифференциации (как совокупность процессов) может быть строго регламентирован (например, путем жесткой унификации процессов взаимодействия с заказчиками). Напротив, внутреннее противоречие не обязательно предполагает обеспечение дифференцирующих характеристик продукта для потребителя – оно вытекает из уникальных задач, стоящих перед предприятием, тогда как результат реализации проекта на взгляд клиента может быть совершенно стандартным (пример – постройка дома по типовому проекту в нестандартных геологических условиях, или же поставка нефти с нетрадиционного месторождения: в обоих случаях результат с точки зрения клиента совершенно стандартен, однако очевидно, что для заказчика речь идет об уникальном проекте). Таким образом, эти противоречия в

деятельности компании могут существовать как по отдельности, так и совместно.

Отсутствие инструментария для разрешения этих противоречий негативно сказывается на эффективности компании и создает для нее избыточные риски. Это ставит задачу о поиске методов разрешения этих противоречий.

Что касается внешнего противоречия, то задача, очевидно, сводится к поиску инструментария стандартизации, унификации каких-либо элементов в составе дифференцированного продукта. По нашему мнению, ее можно решать путем выделения в составе предлагаемого компанией продукта дифференцируемой и стандартизуемой составляющих [7]. Дифференцируемая составляющая обеспечивает восприятие конкретным клиентом продукта как адаптированного под удовлетворение его специфических запросов. Стандартизуемая часть совпадает у всех разновидностей данного продукта, поставляемым различным клиентам.

Выделение дифференцированной и стандартизированной составляющих в случае массовых продуктов может осуществляться на основе следующих методов:

- Сервисного – в этом случае всем клиентам предлагается один и тот же по своим техническим характеристикам продукт (т. е. производство унифицировано в максимальной степени), однако может отличаться уровень сервиса, и, что еще важнее, модель организации взаимодействия с клиентом адаптируется под особенности этого клиента. Этот способ соответствует концепции сервисного маркетинга. Как утверждает один из ведущих специалистов по маркетингу Кристиан Гренроос, на рынке имеют значение только услуги, поскольку характеристики материального продукта в значительной степени совпадают у большинства поставщиков [16]. Этот способ требует высокой квалификации торгового и маркетингового персонала;

- Маркетингового – для сходных по техническим характеристикам продуктов создается различная маркетинговая политика, позволяющая позиционировать их как разные продукты для разной целевой аудитории. При этом значительная часть производственных процессов унифицирована. Эту модель активно используют ведущие мировые производители автомобилей, изготавливая машины разных марок на одинаковой платформе. Отличие маркетингового подхода от сервисного заключается в том, что при сервисном продукте у клиента не формируется представление о принципиальных, адаптированных под него особенностях продукта – адаптация достигается за счет высокого качества взаимодействия фирмы с заказчиком;

- Организационного – для взаимодействия с разными клиентами (целевыми аудиториями) создаются отдельные подразделения, отвечающие за разработку адаптированных продуктов для заказчиков. Иначе говоря,

сложность предлагаемого продукта и глубина его дифференциации (т. е. разница запросов заказчиков) таковы, что не имеет смысла производить его на одном предприятии. Однако ряд организационных процессов и функций централизован в головном офисе, что позволяет добиться экономии на масштабе для управленческих процессов и для части производственных процессов (например, благодаря оптовым скидкам при централизованной закупке, или централизации разработки основной технологии, лежащей в основе всех предлагаемых дифференцированных продуктов) [4].

Важно отметить, что организационный подход может быть реализован как путем выделения в составе одной структуры специализированных автономных подразделений (квази-экстернализация в терминологии М. Ю. Шерешевой [15]), так и на основе частичного объединения независимых предприятий (квази-интернализация) [15], носящего, как правило, форму стратегического альянса, организованного на основе конкурентного сотрудничества [5]. Такие альянсы широко распространены в мировой транспортной индустрии, в частности, в сфере пассажирских авиаперевозок и в области международных морских контейнерных перевозок [8].

Легко убедиться в том, что организационный подход означает невозможность стандартизации всех корпоративных бизнес-процессов, связанных с обслуживанием заказчиков, в рамках одной структуры, что означает, что в этом случае на внешнее противоречие накладывается внутреннее, в силу чего необходим инструментарий устранения обоих противоречий;

- Аутсорсингового – в этом случае компания передает внешним исполнителям все основные этапы производственного процесса (которые выполняют их с меньшими издержками, чем заказчик, благодаря своей специализации и масштабу производства), а сама компания из полученных у этих поставщиков комплектующих формирует ассортимент готовых продуктов, разработанных ею самостоятельно [1, 2, 6, 10, 11, 14]. Эта модель активно применяется в авиастроении [3, 12]. Как и в случае с организационным подходом, аутсорсинговая модель также связана с реорганизацией бизнес-процессов (т. е. с выведением их части за пределы предприятия) [13], т. е. она, в случае необходимости, позволяет устранить оба противоречия – как внешнее, так и внутреннее.

Внутреннее противоречие разрешается во многом аналогично (т. е. путем вычленения уникальной и стандартной, или, точнее, проектной и рутинной составляющих), однако это выделение происходит не с точки зрения клиента, а с точки зрения внутренней организации бизнес-процессов компании. Важно отметить, что выделение составляющих возможно только после того, как компания уже реализовала какой-либо проект – при отсутствии реального опыта попытка выделения проектной и рутинной составляющих будут носить умозрительный характер (впрочем, эту

проблему можно отчасти решить при помощи инструментария бенчмаркинга или путем обращения к консалтинговой организации).

Алгоритм разрешения этого противоречия может иметь следующий вид:

Анализ реализованных проектов (в рамках одного вида деятельности) с целью выявления сходств и различий между ними;

Систематизация элементов сходств и различий в выполненных проектах;

Разработка бизнес-процессов, направленных на выполнение сходных элементов;

Разработка проектов шаблонов поведения для реализации однотипных бизнес-процессов;

Разработка типовых рекомендаций для выполнения внутривидовых задач, связанных с элементами различия;

Определение целесообразности передачи нестандартных задач специализированным операторам (отдельным подразделениям внутри компании или внешним партнерам);

Анализ прогнозных задач компании с целью выявления основных проектов, потребность реализации которых может возникнуть в будущем, с целью определения их соответствия выявленным факторам сходства и различия;

Корректировка шаблонов поведения с учетом перспективных проектов;

Реализация проекта на основе предложенных шаблонов для типовых задач и разработанных рекомендаций для нестандартных ситуаций (возможно, в сотрудничестве со специализированным оператором);

Корректировка шаблонов и рекомендаций по результатам выполнения проекта.

Итоги реализации алгоритма могут иметь разный вид для различных компаний. Можно ожидать, что в отдельных случаях проектная деятельность практически полностью трансформируется в рутинную, поскольку факторы различия между проектами окажутся несущественными. В других ситуациях, наоборот, унификация деятельности окажется невозможной и фирме придется выделять специальные подразделения для отдельных видов проектов (или даже для отдельных проектов). Наконец, в определенных случаях компании будет целесообразно распределить нестандартизированные задачи между профильными внешними операторами (такая модель получила распространение в нефтедобыче [9]).

#### Библиографический список

1. Аалдерс Р. ИТ аутсорсинг. Практическое руководство. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 300 с.
2. Аникин Б. А., Рудая И. Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2009. – 320 с.

3. Байбакова Е. Ю., Ключков В. В. Экономические аспекты формирования сетевых организационных структур в российской наукоемкой промышленности // Управление большими системами: сборник трудов. – 2010. - № 30-1. – С. 697-721.
4. Кирьянов И. В. Количественная оценка транзакционных издержек организации. Общий методический подход // Вестник НГУЭУ. – 2015. - № 1. – С. 78-101.
5. Котляров И. Д. Маркетинг конкурентов и связи с конкурентами // Практический маркетинг. – 2010. - № 4. – С. 15-19.
6. Котляров И. Д. Сущность аутсорсинга как организационно-экономического явления // Компетентность. – 2012. - № 5. – С. 28-35.
7. Котляров И. Д. Обеспечение конкурентоспособности аутсорсера по цене // Апрельские научные чтения имени профессора Л. Т. Гиляровской: материалы III Международной научно-практической конференции: в 2 ч. – Воронеж: Воронежский ЦНТИ – филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго России, 2014. – С. 235-237.
8. Котляров И. Д. Альянс на рынке морских грузоперевозок: выгоды и риски для мировой экономики // Мир транспорта. – 2015. – Т. 13. - № 1. – С. 100-107.
9. Крюков В. А., Селезнева О. А. Нефтегазовые ресурсы в меняющейся институциональной среде // Экономический журнал Высшей школы экономики. – 2013. – Т. 17. - № 3. – С. 407-429.
10. Курбанов А. Х., Плотников В. А. Аутсорсинг: история, методология, практика. М.: Инфра-М, 2011. – 112 с.
11. Тушавин В. А. Особенности аутсорсинга в сфере информационно-коммуникационных технологий // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2014. - № 1. – С. 79-86.
12. Устюжанина Е. В., Евсюков С. Г., Петров А. Г. Организационное строение крупных корпораций как фактор стимулирования (сдерживания) их инновационного развития // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. - № 32. – С. 10-32.
13. Фархутдинов И. И. Реструктуризация промышленных предприятий на основе сорсингового маневра // Социально-экономические и технические системы: исследование, проектирование, оптимизация. – 2013. – Т. 63. - № 1. – С. 77-84.
14. Хейвуд Дж. Б. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 176 с.
15. Шерешева М. Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний. М.: Изд. Дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. – 339 с.
16. Grönroos C. In the Marketplace There Is Only Service – Facilitating Customers' Value Creation // ECIS 2011, Aalto University, June 9-11, 2011. Helsinki: Aalto University, 2011. Available online at: <http://www.ecis2011.fi/keynotes/index.html>. Accessed on 10.03.2013.

» D. N. Chulkov, G. V. Plekhanov  
» **Contradictions between unique and standard elements in company's**  
» **activity**

УДК 331.1, 331.5

И.В. Шершень, О.Я. Емельянова

ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет», Воронеж,  
Россия

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКИХ МОНОГОРОДОВ\*

**Аннотация:** в статье рассматривается вопрос формирования и функционирования моногородов России, в том числе особенности моногородов, проблемы и направления их решения.

**Ключевые слова:** моногорода, градообразующие предприятия, городское развитие.

*\*Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ № 15-06-10765*

Моногород является уникальным типом городских поселений во всем многообразии российских городов. Моногород формируется как целевая общность компактно проживающих людей, как определенный тип социальной организации, связанный с реализацией определенной общественно значимой функции. Он может быть рассмотрен в качестве относительно обособленной социокультурной среды, определяющую роль в которой играют градообразующие предприятия. С точки зрения видов реализуемых функций, в совокупность моногородов входят поселения, выполняющие функции как экономического, так и внеэкономического характера.

Таким образом, моногород представляет собой единую развивающуюся систему большой сложности, где экономико-технологические и социокультурные отношения образуют относительно автономную систему воспроизводства необходимых экономических (рабочая сила), социальных (социальная инфраструктура) и духовных (субкультура) компонентов.

В настоящее время общепринятого определения термина «моногород» не сформировано. В отечественной практике понятию «моногород» тождественно «город-завод», что предполагает существование взаимосвязи между функционированием городского поселения и предприятием, достаточно крупным, чтобы влиять на все основные аспекты жизни города – «градообразующим предприятием».

Моногорода составляют от 43% (по данным Экспертного института) до 46% (по данным НМД «Города России») общего количества городов России.



В монопрофильных городах до кризиса создавалось 40% ВВП российской экономики, вклад градообразующих предприятий в региональные и местные бюджеты зачастую превышал 50%.

Развитие монофункциональных городов, как правило, обусловлено стремлением государства решать пространственно локализованные экономические и социальные проблемы и проблемы оптимизации структуры расселения. На определенных исторических этапах моногорода в разных странах имеют много общих черт в направлениях хозяйственной специализации. Однако, вместе с тем, значительно различаются принципы городского планирования, градостроительства, формы государственного влияния и соотношение экономических, политических и идеологических интересов при принятии решений о создании моногорода.

Монофункциональные города России с генетической позиции можно разделить на четыре группы:

- монофункциональные исторические города, выросшие из заводских поселков и фабричных сел и сохранившие их до настоящего времени;
- молодые монофункциональные города, не имеющие исторических корней, с крупными предприятиями обрабатывающей промышленности или предприятиями, осваивающими ресурсы недр, наукограды, ЗАТО;
- монофункциональные города, имеющие исторические корни, но сменившие за время существования сферу своей специализации;
- города, ставшие монофункциональными в процессе развития, например, в связи с отмиранием более невостребованных внеэкономических функций (оборонных, административных) или в связи с резким падением объемов производства на большинстве ведущих предприятий градообразующего комплекса.

Основная особенность моногородов заключается в их зависимости от состояния и развития основного предприятия (или цепочки технологически связанных предприятий), которое является градообразующим и обуславливает социально-экономическое развитие данного населенного пункта. Таким образом, стратегия развития моногородов определяется вектором развития градообразующих предприятий. В свою очередь, развитие социальной и экономической инфраструктуры, политика муниципалитета и региональных властей, инвестиционная привлекательность территории, внешние условия деловой среды и т.п. факторы оказывают значительное влияние на формирование городской среды, т.е. среды функционирования предприятия.

Градообразующие предприятия, как правило, несут нагрузку социальных расходов города по следующим направлениям:

- ремонт и материально-техническая поддержка объектов социальной инфраструктуры;
- строительство религиозных и исторических объектов;

- строительство медицинских и образовательных учреждений;
- помощь жилищно-коммунальному хозяйству;
- помощь транспортному парку и дорожному хозяйству;
- организация городских праздников.

На ремонт и техническое оснащение школ, детских садов, больниц, детских лагерей, домов культуры и т.п. предприятия тратят до 60% средств на социальные программы.

В настоящее время моногорода России испытывают значительные проблемы в достижении устойчивого развития, что обусловлено рядом обстоятельств:

- удаленность городов от основных экономических центров и неразвитость транспортной инфраструктуры для решения этой проблемы;
- высокая зависимость муниципальных бюджетов от налоговых платежей градообразующих предприятий;
- задолженность по заработной плате;
- снижение объемов ввода жилья;
- чрезмерная экологическая нагрузка на территории, где расположены градообразующие предприятия;
- устаревшие технологии, износ основных фондов градообразующих предприятий и т.п.

Данные проблемы способствуют обострению социальных проблем в области развития инфраструктуры, занятости населения, негативно отражается на качестве жизни горожан. Данная ситуация особенно критична в отношении малозащищенных категорий граждан, в частности, пенсионеров, выпускников образовательных учреждений и молодых специалистов, которым ранее градообразующее предприятие имело возможность оказывать поддержку предоставлением рабочих мест, льготами и т.п. Падение платежеспособности горожан влечет за собой сокращение занятости в сфере обслуживания и коммерции. Сокращение расходов на ремонт и техническое оснащение объектов социальной сферы – школ, больниц, детских спортивных учреждений, домов культуры и т.п. – приводит к ухудшению состояния и постепенному выводу из строя части данных объектов. Вследствие пересмотра предприятиями своих социальных обязательств, ухудшается психологический микроклимат города: для взрослых людей теряется карьерная перспектива, для молодежи – сужается круг образовательных услуг и досуга, рабочих вакансий, для детей – под угрозой становятся возможности получения полноценного образования и рационально занятого досуга.

Низкая мобильность трудовых ресурсов в моногородах создает специфичные для данного населенного пункта проблемы.

В результате в моногородах изменяется демографическая ситуация – происходит отток наиболее дееспособной части населения на сезонные

заработки или на смену местожительства. Незрелость инфраструктуры, удаленность от рынков труда и монопрофильность, моноспециализация трудового персонала не позволяют рассредоточить высвобождаемый персонал, обеспечить сохранение уровня занятости.

Провести реструктуризацию градообразующего предприятия практически невозможно без привлечения кредитных ресурсов на покрытие периода смены продукции или оборудования.

Перспективными направлениями выхода из сложившейся ситуации могут выступить ориентиры на инновационные производства, на поиски мер по повышению конкурентоспособности предприятий, а также создание альтернативных производств и развитие малого и среднего бизнеса посредством бизнес-инкубаторов, механизмов франшизы, лизинга, создания промышленных парков.

#### Библиографический список

1. Емельянова О.Я., Шершень И.В. Значение креативного потенциала в инновационном развитии городов // Великая победа: патриотическое воспитание молодежи – матер. всерос. науч.-практ. конф. - Воронеж: ВГПГК, 2015. С.132-134.

2. Емельянова О.Я., Шершень И.В. Адаптация fashion-бизнеса к условиям современного социокультурного пространства //Экономическая, социальная и психологическая адаптация личности в современных условиях. – матер. междунар. науч.-практ. конф. – Воронеж: ВГУ, 2012, С.37-40.

3. Емельянова О.Я., Шершень И.В. Трансформация ценностей: искусство как инструмент бизнеса //Адаптационные механизмы и практики в трансформирующихся обществах. – матер. междунар. науч.-практ. конф. – Воронеж: ВГПУ, 2014, С. 32-35.

4. Емельянова О.Я., Шершень И.В. Развитие инновационного потенциала городов с позиций формирования креативности //Менталитет славян и интеграционные процессы: история, современность, перспективы, - матер. У111 междунар. науч. конф.- Гомель, Беларусь: ГГТУ им. П.О. Сухого, 2013. С. 271-273.

5. Трансграничные миграции и принимающее общество: практики взаимной адаптации – коллективная монография / науч. ред. В.И. Дятлов, Екатеринбург, 2009.

6. Самсонов В.С., Шершень И.В. Особенности использования методов кластеризации при изучении динамики и прогнозирования численности безработных, учащихся и трудовых ресурсов //Адаптационные механизмы и практики в трансформирующихся обществах. – матер. междунар. науч.-практ. конф. – Воронеж: ВГПУ, 2014, С. 84-94.

~ I.V. Shershen, O.Y. Emelyanova

#### ~ **Actual problems of Russian single-industry towns**

~ **Abstract:** The article discusses the formation and functioning of the Russian single-industry towns, including especially one-company towns, problems and directions of their solutions.

~ **Keywords:** monotown, single-industry town, town-forming enterprises, urban development.

УДК 338.001.36

А.П. Щербак, С.В. Тишков

ФГБУН Институт экономики КарНЦ РАН, г. Петрозаводск, Россия.

## РОЛЬ ПОВЫШЕНИЯ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы социально-экономического развития за счет повышения эффективности использования энергетических ресурсов. Автором рассмотрен зарубежный опыт программ повышения эффективности использования энергетических ресурсов, а также представлен эффект от их реализации. Приведена оценка потенциала энергосбережения и рекомендации по повышению эффективности использования энергетических ресурсов.

**Ключевые слова:** Энергоэффективность, социально-экономическое развитие, энергетика, энергоёмкость, региональная экономика.

Энергетика стала основой развития всех отраслей промышленности, определяющих прогресс развития производства. Во всех промышленно развитых странах темпы развития энергетики как отрасли опережали темпы развития других отраслей. Развитие общества связано с возрастающей потребностью в топливно-энергетических ресурсах. В течение XX столетия на нужды мирового сообщества было израсходовано свыше 500 млрд т.у.т. – больше, чем за всю предыдущую историю [1].

С каждым годом взаимозависимость энергетики и экономики усиливается и проецируется на социальную сферу, что подтверждают выявленные и признанные энергоэкономические закономерности [2]:

– экономический рост сопровождается увеличением расхода энергоресурсов. В течение XX в. общемировое энергопотребление выросло более чем в 10 раз, а в расчете на душу населения – в 5 раз. Согласно прогнозу США, среднегодовой темп прироста потребления первичных энергоресурсов до 2025 г. составит 1,9%;

– возрастает роль энергетики как отрасли в экономическом развитии – она производит более 35% всей промышленной продукции, формирует более 30% всех доходов федерального бюджета. Объем экспортируемого топлива в 2004 г. составил 50% всего российского экспорта, тогда как среднемировой показатель равен 8%, в развитых странах – 5 %, в странах с низкими доходами – 28%;

– именно увеличение цен на энергоресурсы определяет энергетические затраты производителей и конкурентоспособность продукции, в том числе на международных рынках;

– наличие значительных запасов энергоресурсов определяет не только экономическое, но и политическое могущество государства.

В сложных и больших системах, характер проявления энергоэкономических проблем зависит от специфики экономического региона и степени его обеспеченности энергоресурсами.

По обеспеченности энергетическими ресурсами выделяют четыре группы регионов:

- энергодефицитные;
- обеспеченные собственными ресурсами;
- обеспеченные разведанными запасами энергоресурсов, извлечение которых экономически невыгодно либо нанесет серьезный вред окружающей среде или безопасности населения;
- потенциально обеспеченные энергоресурсами, добыча и производство которых затруднена вследствие ограниченности финансовых средств.

Республику Карелия целесообразно отнести к четвертой группе. В большинстве субъектов Российской Федерации потенциал местного топлива ниже существующих потребностей и более того в перспективе дефицит будет возрастать.

Энергоизбыточными останутся север Западной Сибири (Тюменская область), Центральная Сибирь (Кузбасс, гидроэнергетика Ангаро-Енисейского комплекса), ряд районов Восточной Сибири и север Европейской части России (Тимано-Печорский бассейн, шельф арктических морей).

Наличие сложной двухсторонней зависимости между энергетикой и экономикой усложняет управление ими. Развитие негативных процессов в экономике ведет к удорожанию энергии, к снижению платежеспособного спроса. Это вызывает кризисные явления в энергетике и экономике регионов: приводит к появлению проблем в производственной и социально-экологической сферах.

Основными энергоэкономическими проблемами регионов являются:

- увеличение расходов на энергоносители во всех сферах жизнедеятельности;
- снижение конкурентоспособности региональной продукции в связи с повышением доли энергетических издержек в структуре себестоимости товаров и услуг;
- высокая степень изношенности основных фондов в энергетике, снижающая уровень энергетической безопасности регионов;
- рост субсидий на тепловую и электрическую энергию для населения при полной оплате жилищно-коммунальных услуг;
- загрязнение окружающей среды.

Особенно остро эти проблемы проявляются в энергодефицитных экономических регионах.

Повышение конкурентоспособности экономики региона связано с созданием государством необходимых условий для развития факторов производства, к которым относятся энергоресурсы. Именно они играют основную роль в функционировании всего региона, обеспечивая инфраструктуру жизнедеятельности и развитие производства товаров, услуг. Снижение энергоемкости, становится неотъемлемым условием для конкурентоспособности региона.

Всемирный банк, составляя рейтинг делового климата (Doing Business), выделяет доступность электроэнергии в качестве одного из ключевых критериев. Согласно этому рейтингу, Россия занимает 184-е место из 185 возможных [5]<sup>1</sup>.

Не смотря на место в мировом рейтинге стран, государству удалось существенно улучшить энергоэффективность экономики. За десять лет энергоемкость Российской экономики, выраженная в затраченной энергии для производства 1 рубля ВВП, сократилась в шесть раз с 0,12 до 0,02 кВтч/руб. Несмотря на этот успех, Россия все еще отстает по этому показателю от стран ЕС и США даже если рассматривать территории со схожими климатическими условиями.

Исследование энергоемкости Валовой Внутренний Продукт (ВВП) Финляндии и Валовой Региональный Продукт (ВРП) Республики Карелия, выявило: что в 2013 г. на единицу ВРП в Карелии затрачивается 2,9 кВтч против 0,44 кВтч в Финляндии; Карелия тратит в 6,5 раз больше электроэнергии на 1 евро ВРП, чем в соседней Финляндии. [3].

Это стало следствием разработки новой нормативной и законодательной базы, создание системы управления, подготовка кадров и информации в области энергосбережения, организация целого ряда мероприятий.

В первую очередь эффект снижения энергоемкости достигается за счет мер устранения энергорасточительства, применения более энергоэффективных технологий, техники и оборудования, использование возобновляемых источников энергии. Спрос на энергосбережение активизирует деятельность научно-исследовательских учреждений по разработке технологий и материалов с низким потреблением энергии. В свою очередь финансовые институты обеспечивают инвестирование в проекты и программы энергосбережения.

В рыночных условиях энергосбережение становится особым видом бизнеса для финансовых учреждений и специализированных организаций – энергосервисных (энергосберегающих) компаний (ЭСКО). Этот вид бизнеса

<sup>1</sup> Для того чтобы подключиться к электричеству, российскому предпринимателю надо потратить 281 день и пройти 10 процедур, в странах-лидерах на это уходит менее 20 дней и требует всего 3 процедуры.

появляется при устойчивом спросе на специфические товары и услуги и развивается при переходе страны к рыночной экономике (конкуренции). В этом случае, осуществляется комплекс услуг и видов деятельности: финансово-энергетический аудит, консалтинговые услуги, инвестирование в проекты повышения энергоэффективности, установку приборов регулирования, учёта и контроля расхода энергоносителей, проектирование, а затем и практическое воплощение энергосберегающих проектов. Тем самым создаются предпосылки для конкуренции.

В исследованиях и публикациях последних лет энергосбережение приобрело черты и атрибуты нового научного направления, были сформированы его теоретические основы. Как часть общих вопросов эффективного использования экономических ресурсов энергосбережение характеризуется комплексностью и находится на стыке нескольких научных направлений. Технические вопросы энергосбережения относятся к теории термодинамики, электротехники, гидравлики, физики и др. В то же время оно связано с методами и инструментами управления и неотделимо от экономики. В связи с многоплановостью энергосбережения одни вопросы, прежде всего технические, уже достаточно изучены и являются продвинутыми в практическом плане. Экономические вопросы, методы и технологии управления энергоёмкостью требуют дальнейшего изучения и развития.

Согласно экономической теории, теоретически не существует нерыночной экономической системы, эффективно использующей ограниченные ресурсы. Еще в 1776 г. А. Смитом конкуренция в рыночной экономике определена как основной стимул для товаропроизводителя. Стремление к прибыли и конкуренция заставляют предпринимателя минимизировать издержки и с ростом энергетических издержек заинтересованность в энергоэффективности увеличивается.

Для развития и успешного функционирования современной экономики, основанной на знаниях и инновациях, необходимо согласованное и сбалансированное функционирование трёх базовых потоков: информационный, материальный и энергетический. Одних финансовых инструментов управления этими потоками не достаточно. Движению финансов должны предшествовать моделирование, осознанное принятие решений в условиях, когда целью является устойчивое развитие общества с учётом все более жёстких ограничений [4].

Исследование ценового соотношения и энергозатрат выявило, что в современной экономике из одной тонны нефтяного эквивалента энергии, затраченной на производство товаров сырьевой группы, можно получить на мировом рынке примерно 1 тысячу долларов, а при тех же затратах энергии при производстве товаров конечного потребления – уже до 14 тысяч долларов.

Эта особенность товарного производства эффективно используется странами для модернизации собственных экономик. Значительную долю собственных производств, которые были ориентированы на выпуск продукции сырьевого характера, эти страны перенесли за рубеж, переориентировавшись на производство товаров конечного потребления. Такая стратегия позволит не только существенно оздоровить экологическую ситуацию, но и создать экономику высокой энергоэффективности, сконцентрировав усилия на производстве высокотехнологичной продукции.

### Библиографический список

1. Вельхов Е. Энергетика в экономике мира XXI века // Труды МФТИ. 2011. Том 3, №4. С. 6–15.
2. Основы формирования и оценки результативности региональной политики энергосбережения. / Л. А. Голованова. – Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2009. – 213 с.
3. Щербак А. Возможности использования альтернативной энергетики на европейском севере России (Республика Карелия) // Экономика и управление. 2012. №5. С. 100-103.
4. Шишкин А. Стратегическое управление развитием российских регионов (на примере республики Карелия) // Экономика и управление. 2008. №6. С. 107-111.
5. Козырев М. Почем киловатт лиха [Электронный ресурс] / М. Козырев. Электрон. ст. URL: [http://slon.ru/economics/pochem\\_kilovatt\\_likha-855323.xhtml](http://slon.ru/economics/pochem_kilovatt_likha-855323.xhtml), свободный. Загл. с экрана. Яз. рус. (дата обращения: 22.11.2014).

~ A.P. Shcherbak, S.V. Tishkov

#### ~ **The role of energy efficiency in the regional socio-economic development**

~ **Abstract.** The issues of the socio-economic development by improving the efficiency of energy use are considered in the article. The author reviewed the foreign experience energy efficient, as well as shows the effect of their implementation. Assessment of the energy saving potential and recommendations of the raising efficient of using energy resources are given.

~ **Keywords:** Energy efficiency, socio-economic development, energy, energy consumption, regional economy.



УДК 338.45

А.П. Щербак, С.В. Тишков

ФГБУН Институт экономики КарНЦ РАН, г. Петрозаводск, Россия.

**ОСНОВНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ  
ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ В  
СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ\***

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы социально-экономического развития за счет развития энергетической отрасли. Автором рассмотрены основные источники энергии и способы ее преобразования, а также достоинства и недостатки современной энергетической системы. Приведена оценка возобновляемых источников энергии и их потенциал использования в современных условия развития человечества.

**Ключевые слова:** Возобновляемая энергетика, социально-экономические развитие, энергетика, ископаемое топливо, региональная экономика, конкурентоспособность.

*\*Статья подготовлена в рамках проекта №150200062, который поддержан и финансируется РГНФ.*

Оценить в полной мере значение энергетики достаточно сложно, но существует ряд выражений, которые в полной мере дают представления о важности этой отрасли: «Энергетика – основа всей современной жизни», «Энергетика - хлеб промышленности».

Динамичное развитие промышленности и техник требует большое количество энергии, при этом энергетическая отрасль как часть промышленности по своим темпам развития должна опережать другие отрасли. Это связано с тем, что ни одно промышленное предприятие, ни один населенный пункт или отдельный дом практически не возможно построить до того, как будет определен или создан заново источник энергии, который будет обеспечивать все потребности объекта в энергии. В связи с этой особенностью количество добываемой и используемой энергии постоянно год от года увеличивается. По их объему довольно точно можно судить о техническом и экономическом развитии, а так же о благосостоянии государства.

В природе запасы энергии огромны. Ее несут солнечные лучи, ветры и движущиеся массы воды, она хранится в древесине, залежах газа, нефти, каменного угля. Практически безгранична энергия, «запечатанная» в

ядрах атомов вещества. Но не все ее формы этих потенциальных источников энергии пригодны для прямого использования.

За долгую историю развития энергетической отрасли накопилось большое количество технических средств и способов по добыче и преобразованию энергии. Собственно, и человек стал человеком только тогда, когда научился осваивать самые примитивные источники энергии. Огонь костров зажгли первые люди, еще не понимавшие его природы, однако этот способ преобразования химической энергии в тепловую сохраняется и совершенствуется уже на протяжении тысячелетий.

Спустя многие сотни лет люди стали использовать ветряные мельницы, которые преобразовывали энергии ветра в механическую энергию вращающегося вала. Только лишь с изобретением паровой машины, двигателя внутреннего сгорания, гидравлической, паровой и газовой турбин, электрических генератора и двигателя, человечество получило в свое распоряжение гораздо более мощные технические устройства. Они способны преобразовать природную энергию в иные ее виды, удобные для применения и получения большого количества работы. Поиск новых источников энергии на этом не завершился: были изобретены аккумуляторы, топливные элементы, преобразователи солнечной энергии в электрическую, также в середине XX столетия появилась атомная энергетика.

Проблема обеспечения электрической энергией многих отраслей мирового хозяйства, постоянно растущих потребностей более чем шестимиллиардного населения Земли становится сейчас все более актуальной. Решить эту проблему можно только комплексными мерами. По сути, нужно решать две задачи одновременно – это стремиться к энергосбережению во всех отраслях жизнедеятельности человека и наращивать уже существующие мощности.

Основу современной мировой энергетики составляют тепло- и гидроэлектростанции. Однако их развитие сдерживается рядом факторов. Стоимость ископаемого топлива, на которых работают тепловые станции, растет, а их запасы сокращаются. К тому же многие страны не располагают собственными топливными ресурсами или испытывают в них недостаток. В процессе производства электроэнергии на ТЭС происходит выброс вредных веществ в атмосферу. Причем если топливом служит уголь, особенно бурый, малоценный для другого вида использования и с большим содержанием примесей, выбросы достигают угрожающих для экологии масштабов.

Гидроэнергетические ресурсы в развитых странах используются практически полностью: большинство речных участков, пригодных для гидротехнического строительства, уже освоены. А какой вред причиняют природе гидроэлектростанции. Выбросов в воздух от ГЭС отсутствуют, но

при этом вред водной среде наносит довольно большой. В первую очередь страдают рыбы, которые не могут преодолеть плотины ГЭС. На реках, где построены гидроэлектростанции, особенно если они идут одна за другой и образуют целый каскад ГЭС резко меняется количество воды до и после плотин. На равнинных реках требуются огромные водохранилища, затопленные территории безвозвратно утеряны для ведения сельского хозяйства, роста лесов и расселения людей на этих территориях. Что касается аварий на ГЭС, то в случае прорыва любой плотины или гидроэлектростанции образуется большая масса воды, которая уничтожит все находящиеся ниже ГЭС. Такие аварии случались неоднократно, и даже все современные системы безопасности не дают 100% гарантию безопасности. Не смотря на потенциальную угрозу аварий, большинство плотин расположено вблизи крупных городов и населенных пунктов с десятками и сотнями тысяч жителей.

На первый взгляд решением недостатков традиционной энергетики может стать развитие атомной энергетики. По состоянию на 1989 год в мире построено и работало более 400 атомных электростанций (АЭС). Однако сегодня АЭС уже не считаются источником дешевой и экологически чистой энергией. Топливом для АЭС служит урановая руда – дорогостоящее и трудно добываемое сырье, запасы которого ограничены. К тому же строительство и эксплуатация АЭС сопряжены с большими трудностями и затратами. Лишь немногие страны сейчас продолжают строительство новых АЭС. Серьезным сдерживающим фактором для дальнейшего развития атомной энергетики являются проблемы загрязнения окружающей среды. Также существует достаточно большой риск аварий на АЭС, примером могут служить Чернобыль, Три-Майл Айленд, Фукусима и др. Все это дополнительно осложняет отношение к атомной энергетике.

Выходом может стать развитие возобновляемой энергетики. Основным преимуществом которой, является экологичность. При этом современные технологии позволяют любому желающему производить «зеленую энергию». Использование возобновляемой энергии практически полностью может покрыть все потребности современного человечества в энергии. В качестве основных источников возобновляемой энергии в настоящее время используют энергию ветра, воды, солнца, геотермальную энергию, а также тепло, содержащееся в воде, воздухе и земле.

На сегодняшний день возобновляемая энергетика полностью конкурентоспособна с традиционной. Это связано с активным развитием новых и совершенствованием уже существующих технологий преобразованием возобновляемых источников энергии. За последние десятилетие произошел существенный рост цены на традиционные энергоносители в то время как возобновляемая энергетика год от года

дешевеет и становится доступной каждому желающему. Таким образом, созданы основные предпосылки к полной замене традиционной энергетики на возобновляемую.

### **Библиографический список**

1. Щербак А. Возможности использования альтернативной энергетики на европейском севере России (Республика Карелия) // Экономика и управление. 2012. №5. С. 100-103.
2. Журнал «Зелена энергетика». № 2(30) 2008.
3. Тишков С.В., Дружинин П.В. Биогаз как альтернативное топливо будущего. Наука и инновации в технических университетах: материалы Седьмого Всероссийского форума студентов, аспирантов и молодых учёных.-СПб.: Изд-во Политехн. Ун-та, 2013. С.159-161.
4. Henrik Lund, Renewable Energy Systems. Elsevier, 2010 – 275 с.
5. K. Hanjalic, R. van de Krol, A. Lekic, Sustainable Energy Technologies. Springer - Dordrecht (The Netherlands), 2008 – 333 с.

~ A.P. Shcherbak, S.V. Tishkov

#### **The basic premises of development renewable energy at the modern conditions**

**Abstract.** The issues of the socio-economic development by improving the energy sector are considered in the article. The author reviewed the main sources of energy, as well as the advantages and disadvantages of modern energy systems. The assessment of renewable energy sources and their potential use in modern conditions of development are given.

**Keywords:** Renewable energy, socio-economic development, energy, fossil fuels, regional economy, competitiveness.

## СОДЕРЖАНИЕ

Perova M.B. Mutually beneficial electricity tariffs differentiated by terms of payment .....	9
Алексахина Л.В. Морехозяйственный комплекс как основа развития приморского региона.....	14
Брильков Ю.А. Особенности управления репутацией в социальных медиа.....	18
Величко С. С. Банковские услуги: сущность и разновидности .....	21
Воробьев А. И., Солнцев И. В., Осокин Н. А. Использование рэнкинговых моделей для оценки уровня развития футбола в странах ФИФА .....	36
Гилева А.Д. Пути повышения имиджа Федерального центра сердечно-сосудистой хирургии (г. Челябинск) .....	47
Гурман Д.В. Ретроспективный анализ эволюции инструментов и методов, составляющих производственную систему.....	58
Данилова С. В. Бюджетирование – реализация контрольно-плановой функции на нефтегазодобывающих предприятиях .....	64
Дривольская Н. А. Мотивационный менеджмент: сущность и используемый инструментарий.....	69
Ефимова М.Г. Основные подходы к оценке стоимости бизнеса в условиях российского рынка .....	76
Заславская Н.А. Использование современных информационных и телекоммуникационных технологий для создания бренда образовательной организации.....	83
Иванов Д.А. Формирование цены выкупа акций, премия за контроль и премия за «вытеснение»: подход российского права в контексте отношений по выкупу акций по требованию лица, которое приобрело 95 и более процентов акций публичного общества («squeeze-out»).....	88
Изотов М.А. Инновационный интерфейс как модель развития инновационной инфраструктуры университетского комплекса .....	94
Калинин А. Н. Частные военные компании: анализ экономической, управленческой и организационной природы.....	103
Гайнанов Д.А., Кантор О.Г., Каширина Е.С. Применение синергетического подхода к моделированию энергетической системы России .....	116
Киселева О.Н. О необходимости применения организационно-управленческих инноваций на российских предприятиях в современных условиях .....	121
Ключин А.Ю. Нечеткие модели поведения предпринимателя и инвестора в инвестиционном процессе.....	128
Кондратьева О. В. Методические подходы к систематизации показателей качества сервиса поддержки АСУП.....	137
Копотева А.В. Анализ чувствительности в задаче принятия решения о ресурсосбережении в условиях дуополии .....	142
Коробейникова Е.В., Мовсисян Т.С. К вопросу о современных методологических подходах к экономическому анализу доходов и расходов коммерческой организации.....	149
Ламзин Р.М. Социально-экономическое пространство межсекторного взаимодействия.....	156
Леонидова Е.Г. Влияние событий на туристическую привлекательность региона.....	161
Макаров С.Е. Бизнес-акселератор как институт поддержки стартапов.....	167

Мельникова Ю.В. Анализ перестраховочных и опыт российских компаний в перестраховании.....	175
Муравьева Н.А., Колесов К.И. Актуальные вопросы ценообразования в электроэнергетике: плата за технологическое присоединение .....	179
Муся А.М. Современные подходы к проектному управлению в сфере информационно-коммуникационных технологий.....	184
Онокало Е.П. Роль микрофинансирования в решении проблемы доступности финансовых услуг .....	193
Федулова Е.А., Ощепкова Н. С. Применение системы сбалансированных показателей для оценки результативности реализации региональных инвестиционных стратегий .....	198
Ощепкова Н. С. Методический инструментарий оценки эффективности реализации инвестиционной стратегии согласно концепции устойчивого роста.....	205
Павленко Е.Л. Роль и перспективы развития малого и среднего бизнеса в экономике современной России.....	214
Сеник Е.А., Чепурных М.Е. Оценка конкурентоспособности отечественных IT компаний на мировом рынке ВІ .....	222
Сергеев С.М. Кросс-системный подход к энергоэкономике высшего учебного заведения.....	229
Соколов П.В. Управленческая гибкость методики оценки заемщиков в секторе микрофинансирования.....	233
Степанова С.В. Развитие международного туризма в России на рубеже XX-XXI вв.: общие тенденции и особенности.....	239
Сулейманова М. В. Состояние продовольственной безопасности России.....	247
Тимофеева Е. Г. Организация розничной торговли в швейной промышленности на основе франчайзинга.....	256
Титов А.Б. Социальные сети как база для развития кооперации в сети Интернет .....	262
Тишков С.В., Щербак А.П. Энергоэффективность и энергосбережение в российской экономике: понятийный аппарат .....	266
Угнич Е.А. Инновационная экосистема университета: проблемы и решения.....	270
Файзулин Е.Ф. Эволюция взглядов на кризисоустойчивое управление микроэкономической системой.....	278
Федоров Д. А. Некоторые простейшие модели государственного регулирования рыночной экономики в коротком периоде почти без математики. ....	284
Халикова А.А., Лакман И.А. Среднесрочное прогнозирование спроса на рынке трудовых ресурсов г. Уфы в разрезе категорий профессий.....	303
Худякова Т.А. Анализ влияния неопределенности внешней среды на финансово-экономическую устойчивость предприятия .....	311
Чайковская М.П. Маркетинговые инновации венчурного инвестирования.....	315
Чулков Д. Н. Противоречия между стандартной и уникальной составляющими в деятельности компании .....	321
Шершень И.В., Емельянова О.Я. Актуальные проблемы развития российских моногородов.....	327
Щербак А.П., Тишков С.В. Роль повышения энергоэффективности в социально-экономическом развитии региона .....	331
Щербак А.П., Тишков С.В. Основные предпосылки использования возобновляемых источников энергии в современных условиях .....	336

**Научна публикация**

**Електронно издание**

Отговорни редактор Р.Т. Янева, редактор-съставител

Публикувано в авторската версия.

Издател:

"ЦЕНТЪР ЗА НАУЧНИ ИЗСЛЕДВАНИЯ И ИНФОРМАЦИЯ "ПАРАДИГМА"" ЕООД  
БЪЛГАРИЯ, област Варна, община Варна, гр. Варна 9002, р-н Одесос, ул. Опълченска No 27  
E-mail: cparadigma@abv.bg Факс: +35952919740

